

กรอบกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัล  
Proactive Legal Framework for Regulating Digital-Era Tour Operator  
Businesses

นิติกานต์ ธรรมหรรษากุล\*

Nitikan Dhammahansasakul

สมาคมการศึกษาปฏิบัติธรรมและท่องเที่ยวไทย-อินเดีย

Thai-India Education Meditation and Tourism Association

\* E-mail : [tanika.pongpop@gmail.com](mailto:tanika.pongpop@gmail.com)

วันที่รับบทความ : 20 กุมภาพันธ์ 2569, วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 1 : 23 เมษายน 2569

วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 2 : 19 พฤษภาคม 2569

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์ : 16 มิถุนายน 2569

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาความเสี่ยง บทบาท และลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการนำเที่ยวยุคดิจิทัล รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้ให้บริการรูปแบบใหม่ และผลกระทบต่อผู้บริโภค 2. เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดและช่องว่างของกฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและภาคธุรกิจปัจจุบัน ที่ไม่สามารถรองรับพฤติกรรม รูปแบบบริการ และความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ได้อย่างเพียงพอ และ 3. เพื่อเสนอกรอบกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัลของประเทศไทย โดยมุ่งเสริมประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค การกำกับผู้ประกอบการออนไลน์ และการบังคับใช้กฎหมายในบริบทดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย นักประกอบการธุรกิจนำเที่ยว นักท่องเที่ยวตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 ท่าน มีการเก็บข้อมูลโดย การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตภาคสนาม มีการวิเคราะห์เนื้อหาและวิเคราะห์เชิงประเด็น และมีการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลด้วย Triangulation และ Member Check ภายใต้หลักของจริยธรรมการวิจัย เพื่อสะท้อนในมุมมองต่อกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัล

ผลการวิจัย พบว่า กรอบกฎหมายปัจจุบันยังไม่สามารถรองรับลักษณะธุรกิจนำเที่ยวแบบใหม่ ที่ดำเนินการผ่านสื่อดิจิทัล เช่น การขายทัวร์ออนไลน์ การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม Social Media การจองและชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการให้บริการโดยผู้ประกอบการที่ไม่มีใบอนุญาต ซึ่งสร้างความเสี่ยงทั้งด้านผู้บริโภคและภาพลักษณ์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย กฎหมายยังขาดบทบัญญัติที่กำหนดมาตรฐาน

การให้บริการผ่านระบบออนไลน์ ช่องทางโฆษณา การตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ และกลไกคุ้มครองนักท่องเที่ยวในกรณีซื้อบริการผ่านแพลตฟอร์มต่างประเทศ ควรแก้ไขพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ตั้งระบบทะเบียนผู้ประกอบการดิจิทัลพร้อม Digital KYC มีระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่ดำเนินงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ กำหนดมาตรฐานสำหรับการโฆษณาทัวร์ออนไลน์ พัฒนาระบบร้องเรียนออนไลน์เรียลไทม์ตอบสนองเร็ว จัดทำศูนย์ร้องเรียนท่องเที่ยวออนไลน์ รับเรื่อง ตรวจสอบ ใช้เทคโนโลยีช่วยวิเคราะห์ความเสี่ยงจากเพจหรือผู้ให้บริการที่มีพฤติกรรมผิดปกติ เพื่อป้องกันความเสียหายก่อนเกิดขึ้นและเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

**คำสำคัญ :** กฎหมายท่องเที่ยว, ธุรกิจนำเที่ยวดิจิทัล, การกำกับดูแลเชิงรุก, การคุ้มครองผู้บริโภค, แพลตฟอร์มออนไลน์

### Abstract

This research aims to study: 1. To study the risks, roles, and operational characteristics of digital-era tour operators, including online platforms, new service providers, and their impact on consumers; 2. To analyze the limitations and gaps of the current travel business and tour guide laws, which are insufficient to accommodate the behaviors, service models, and risks of online travel businesses; and 3. To propose a proactive legal framework for regulating Thailand's digital-era travel business, focusing on enhancing consumer protection, overseeing online operators, and enforcing the law in a digital context. This is qualitative research, with key informants being legal experts, travel business operators, tourists, and representatives from government agencies, totaling 10 individuals. Data were collected through document study, in-depth interviews, and field observations. Content analysis and thematic analysis were conducted, with data quality verified through triangulation and member checking, following research ethics principles, to reflect perspectives on proactive legislation for regulating digital-era travel businesses.

Research findings indicate that the current legal framework is still unable to accommodate the new types of travel business conducted through digital media, such as online tour sales, advertising via social media platforms, booking and payment through electronic systems, as well as services provided by unlicensed operators, which pose risks to both consumers and the image of Thailand's tourism industry. The law also lacks provisions that set standards for online service delivery, advertising channels, verification of business

operator information, and mechanisms to protect tourists when purchasing services through foreign platforms. The Tourism Business and Tour Guide Act B.E. 2551 should be amended to establish a registration system for digital operators with Digital KYC, have a registration system for operators operating on online platforms, set standards for online tour advertising, develop a real-time online complaint system with rapid response, set up an online tourism complaint center to receive, investigate, and use technology to analyze risks from pages or service providers exhibiting abnormal behavior, in order to prevent damage before it occurs and increase consumer confidence.

**Keywords:** Tourism law, Digital tour operator, Proactive regulation, Consumer protection, Online platform

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจซึ่งมีความสำคัญมากของโลก สัดส่วนกว่า 10% ของ GDP โลก และเป็นรายได้หลักของหลายประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งรวมถึงประเทศไทย (UNWTO, 2022) ในการเปลี่ยนแปลงผ่านสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งทำให้รูปแบบของการเดินทาง การบริโภคในส่วนของบริการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมักมีการเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเริ่มตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การจองทริปสำหรับใช้บริการ การชำระเงิน รวมถึงการให้คำแนะนำผ่านเครื่องมือดิจิทัลเหล่านี้ เช่น แพลตฟอร์ม OTA, Social Commerce และ Marketplace ข้ามพรมแดน ซึ่งต่างก็เข้ามามีบทบาทสำคัญ (OECD, 2021)

ในบริบทดังที่กล่าวมานี้ รูปแบบธุรกิจนำเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงจากระบบผู้ประกอบการรายใหญ่แบบดั้งเดิม ไปสู่ระบบที่มีผู้เล่นจำนวนมากขึ้นและมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น Micro-tour operators, Travel influencers, ตัวแทนนำเที่ยวอิสระในแพลตฟอร์มออนไลน์ และผู้ให้บริการที่ยังไม่มีใบอนุญาตแต่สร้างตัวตนผ่านช่องทางของโซเชียลมีเดีย (ชลธิชา ศรีละมุล, 2564) ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงนี้แม้จะสร้างโอกาสใหม่แก่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ก็ได้ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในหลายด้าน และในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการหลอกลวงผู้บริโภคจากการผ่านเพจปลอม ความไม่โปร่งใสของผู้ให้บริการ การโฆษณาเกินความเป็นจริง การขายแพ็คเกจทัวร์ที่ไม่มีอยู่จริง (แพ็คเกจทัวร์สัทธิพย์) การใช้ช่องทางสำหรับการชำระเงินที่ไม่สามารถติดตามการชำระเงินได้ ไปจนถึงการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น (สคบ., 2565; ETDA, 2566)

ซึ่งสำหรับในประเทศไทย ได้มีพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายหลักในการกำกับดูแลธุรกิจนำเที่ยวในไทยแล้วนั้น แต่กฎหมายฉบับนี้ยังมีข้อจำกัดในเชิงโครงสร้างและไม่

เพียงพอต่อการรับมือกับพลวัตทางดิจิทัล เนื่องจากได้ถูกออกแบบมาบนฐานความคิดของการกำกับดูแลผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการทางกายภาพ ซึ่งได้ใช้กลไกในการออกใบอนุญาตแบบดั้งเดิม จึงทำให้ขาดบทบัญญัติที่รองรับการทำธุรกรรมแบบไร้พรมแดนและการโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ตะวัน พรหมวงศ์, 2566) ซึ่งยิ่งไปกว่านั้น นิยามทางกฎหมายของคำว่า ธุรกิจนำเที่ยว ก็ยังมีลักษณะตายตัวและแคบเกินกว่าจะครอบคลุมโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ด้วย อาทิเช่น ผู้ขายแพ็คเกจผ่าน Marketplace, มีบริการจัดทริปแบบการสมัครสมาชิก, โค้ชการเดินทาง หรือมีการบริการนำเที่ยวเสมือนทั่วจริง (Hernandez, 2021) ซึ่งนอกจากนี้ ในคำนิยามของธุรกิจนำเที่ยว ยังไม่ครอบคลุมไปถึงกิจกรรมและบริการในรูปแบบใหม่ เช่น ผู้ขายที่ขายแพ็คเกจผ่าน Marketplace, Travel Coach, บริการจัดทริปแบบ Subscription หรือมีบริการนำเที่ยวที่เสมือนทั่วจริง ซึ่งกำลังเป็นเทรนด์ที่เติบโตทั่วโลก (Hernandez, 2021)

ต่อมาในเรื่องปัญหาเชิงระบบที่สำคัญ คือเรื่องกฎหมายในปัจจุบันที่ทำงานในลักษณะของการตั้งรับโดยอาศัยการร้องเรียนจากผู้บริโภคภายหลังจากเกิดความเสียหายขึ้นแล้ว ซึ่งแทนที่จะเป็นกลไกเพื่อป้องกันขาดความเชื่อมโยงกับกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระบบดิจิทัล เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งนอกจากนี้ กลไกในการบังคับใช้กฎหมายยังต้องเผชิญกับอุปสรรคในด้านอำนาจศาล ซึ่งเมื่อผู้กระทำผิดเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ที่มีภูมิลำเนาในต่างประเทศ หรือการที่กฎหมายไทยยังไม่มีหลักการของความรับผิดชอบของตัวกลาง จะทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางนั้นไม่ต้องร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้บริโภค ทำให้ส่งผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภคแบบเรียลไทม์เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ (ธนภัทร ช่อผกา, 2565)

ส่วนในระดับสากล หลาย ๆ ประเทศได้มีการพัฒนากฎหมายเพื่อไปสู่การกำกับดูแลเชิงรุก อาทิเช่น บังคับให้ทางแพลตฟอร์มออนไลน์มีส่วนร่วมในการตรวจสอบตัวตนผู้ให้บริการ การกำหนดภาระความรับผิดชอบของแพลตฟอร์ม และการบูรณาการฐานข้อมูลเพื่อตรวจสอบใบอนุญาตแบบอัตโนมัติ (Smith & Lee, 2020; OECD, 2021) นั้น แนวทางเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเริ่มปรับตัวอย่างเร่งด่วน

จากบริบทและข้อจำกัดในข้างต้นนั้น ช่องว่างการวิจัย ที่สำคัญคือ ถึงแม้จะมีการศึกษาถึงปัญหาของการหลอกลวงผู้บริโภคทางออนไลน์บ้างแต่องานวิจัยส่วนใหญ่เน้นมุ่งเน้นการแก้ปัญหาที่ไปทีปลายเหตุ คือการเพิ่มบทลงโทษ หรือมีการเสนอแนะให้ปรับปรุงนิยามในทางกฎหมายเพียงบางมาตราเท่านั้น แต่ก็ยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่มีการมุ่งพัฒนากฎหมายเชิงรุกและกลไกในการกำกับดูแลเชิงระบบที่ได้บูรณาการความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มตัวกลาง การใช้เทคโนโลยีในการกำกับดูแล และการบังคับใช้เรื่องกฎหมายข้ามพรมแดนสำหรับเข้าด้วยกัน เพื่อนำมาปรับใช้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยเฉพาะ

ดังนั้นแล้ว งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะวิเคราะห์กรอบกฎหมายในเชิงรุกที่จะสามารถกำกับดูแลธุรกิจการนำเที่ยวซึ่งอยู่ในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการเน้นการวิเคราะห์ช่องว่างของกฎหมายในปัจจุบัน ความเสี่ยงที่เกิดจากรูปแบบธุรกิจใหม่ และการประเมินแนวทางจากทางสากล เพื่อเสนอข้อเสนอแนะในการ

ปรับปรุงเรื่องกฎหมายและกลไกกำกับดูแลของประเทศไทยให้มีความทันสมัย ทันต่อพลวัตของเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การสร้างระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่ได้อย่างปลอดภัย การคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็ง และการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเรื่องความเสี่ยง บทบาท และลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการนำเที่ยวยุคดิจิทัล รวมถึงแพลตฟอร์มทางออนไลน์ ผู้ให้บริการรูปแบบใหม่ และผลกระทบต่อผู้บริโภค
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดและช่องว่างในเรื่องของกฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและภาคีที่เกี่ยวข้อง ที่ไม่สามารถรองรับพฤติกรรม รูปแบบการบริการ และความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ได้อย่างเพียงพอ
3. เพื่อเสนอกรอบทางกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัลของประเทศไทย โดยมุ่งเสริมประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค การกำกับผู้ประกอบการออนไลน์ และการบังคับใช้กฎหมายในบริบทดิจิทัล

### การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

#### แนวคิดและข้อจำกัดของกฎหมายในยุคดิจิทัล

วรรณกรรมส่วนนี้มุ่งเน้นไปที่เรื่องการวิเคราะห์ว่าเหตุใดกฎหมายในปัจจุบัน พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและภาคี พ.ศ. 2551 จึงเกิดช่องว่างเมื่อเจอกับโมเดลของธุรกิจใหม่

แนวคิดในเรื่องของความล่าช้าของกฎหมาย โดยทฤษฎีของ Bender , (2017) กฎหมายนั้นมักถูกร่างขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยีในอดีต ซึ่งเมื่อเกิด Digital Transformation กฎหมายที่เน้นสถานที่ตั้ง หรือใบอนุญาตแบบดั้งเดิมจึงทำให้ไม่สามารถครอบคลุมผู้ให้บริการที่ไม่มีหน้าร้านได้

นิยามของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว นั้น ตามกฎหมายเดิมจะถูกจำกัดอยู่กับการจัดการนำเที่ยวที่มีองค์ประกอบครบถ้วนไม่ว่าจะเป็นการจัดที่พัก พาหนะ และภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในยุคดิจิทัลได้มีการแยกส่วนบริการหรือเป็นเพียง ตัวกลางที่ทำให้หลุดรอดจากนิยามของการควบคุม

การศึกษายาทบทวนและพฤติกรรมของแพลตฟอร์ม จะเน้นในลักษณะเฉพาะของ Online Travel Agencies (OTAs) และเน้น Sharing Economy

ทฤษฎีเศรษฐกิจแพลตฟอร์มของ Kenney & Zysman, (2016) ได้มีการอธิบายว่าแพลตฟอร์มไม่ใช่แค่ผู้ขายเท่านั้น แต่เป็นผู้สร้างระบบนิเวศซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด และผู้บริโภค เรื่องการกำกับดูแลจึงต้องมองมากกว่าแค่การซื้อขายเท่านั้น แต่ต้องมองไปถึงการจัดการข้อมูลอีกด้วย

ความเสี่ยงรูปแบบใหม่ วรรณกรรมเชิงการท่องเที่ยว (e.g., Xiang et al., 2015) ได้มีการระบุว่าผู้บริโภคเผชิญความเสี่ยงจาก Algorithm Bias, Fake Reviews และปัญหาความรับผิดชอบในทางกฎหมายเมื่อเกิดอุบัติเหตุในการบริการที่มีการจองผ่านตัวกลางต่างประเทศ

**แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลเชิงรุก แนวคิดการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและทันสมัย**

แนวคิดนี้ของ Ian Ayres & John Braithwaite, (1992) ที่ได้เสนอว่ารัฐบาลไม่ควรใช้กฎหมายบังคับเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ควรมีลำดับการบังคับใช้เริ่มตั้งแต่การให้ผู้ประกอบการกำกับดูแลตนเอง ไปจนถึงบทลงโทษที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ

World Economic Forum, (2020) ได้มีการเสนอว่าในยุคดิจิทัลนี้ รัฐต้องใช้ในการกำกับดูแลแบบ Sandbox หรือการทดลองโดยใช้กฎระเบียบในวงจำกัด เพื่อดูผลกระทบก่อนบังคับใช้จริง

Co-regulation การดึงแพลตฟอร์มเข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ การบังคับให้แพลตฟอร์มคัดกรองใบอนุญาตของผู้ประกอบการรายย่อยก่อนให้นำมาลงขาย

สุรัชย์, (2562) ได้พบปัญหาเชิงนิยาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Pacing Problem ของ Bender, (2017) ที่ได้มีการอธิบายถึงความล่าช้าของกฎหมายต่อนวัตกรรม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด Intermediary Liability ของ OECD, (2023) มาพัฒนาเป็นกรอบกฎหมายเชิงรุก

| การทบทวน                 | แนวคิดและทฤษฎี                                     | การประยุกต์ใช้                                     |
|--------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| อุปสรรคทางด้านกฎหมาย     | Pacing Problem / Regulatory Gap                    | ชี้ให้เห็นถึงความล่าช้าของ พ.ร.บ.ในปัจจุบัน        |
| โมเดลของธุรกิจ           | Platform Economy / Multi-sided Market              | ต้องวิเคราะห์บทบาท OTAs และผู้ให้บริการไว้ใบอนุญาต |
| การคุ้มครองส่วนผู้บริโภค | Digital Consumer Rights / Algorithmic Transparency | แก้ปัญหาเรื่องการหลอกลวงและความรับผิดชอบข้ามพรมแดน |
| แนวทางการแก้ไข           | Agile Regulation /Co-regulation                    | เสนอแนะกรอบกฎหมายเชิงรุก (Sandbox/API Linkage)     |

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

สุรัชย์ กิจรุ่งไพศาล, (2562) เรื่อง ปัญหาของกฎหมายในการควบคุมธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ เห็นว่า พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้มีการเน้นการกำกับดูแลสำนักงานและใบอนุญาต ทำให้ไม่สามารถบังคับใช้กับผู้ประกอบการในต่างประเทศหรือแพลตฟอร์มที่ทำหน้าที่เป็นเพียง Agent ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชลธิชา, (2564) สะท้อนให้เห็นถึง ว่าในโลกดิจิทัลนั้น ผู้บริโภคมีข้อมูลน้อยกว่าแพลตฟอร์มและผู้ให้บริการ การกำกับดูแลเชิงรุก ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของชลธิชาที่ว่าด้วย รัฐต้องเข้ามาปรับสมดุลโดยบังคับให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสผ่านระบบ Digital KYC เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบตัวตนที่แท้จริงของผู้ขายก่อนการตัดสินใจ

Hong, Y. (2020) เรื่อง The Rise of Online Travel Agencies (OTAs) and the Challenges for Tourism Regulation ได้ศึกษาถึงความขัดแย้งระหว่างกฎหมายของการท่องเที่ยวท้องถิ่นกับโมเดลธุรกิจของ OTAs ในระดับโลก ซึ่งพบว่าความคลุมเครือของสถานะทางกฎหมาย ของแพลตฟอร์มทำให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษีและการปิดความรับผิดชอบจากการเกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค

พัชรพรพรรณ ต๊ะปิ่นตา และคณะ, (2565) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้บริการจองที่พักและทัวร์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ วิเคราะห์ปัญหาการโฆษณาเกินจริง และกระบวนการร้องเรียนที่ซับซ้อนเมื่อเกิดปัญหาข้ามพรมแดน ซึ่งได้เสนอว่าต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างรัฐกับแพลตฟอร์ม

Pizam, A., et al., (2021) ได้ศึกษาเรื่อง The impact of the sharing economy on the professionalization of the tourism industry การเติบโตของมัคคุเทศก์เถื่อน หรือคนในพื้นที่ที่ขายบริการผ่านแอปพลิเคชัน (Peer-to-Peer) ซึ่งส่งผลต่อมาตรฐานวิชาชีพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

Dixon, J. & Graber, C., (2022) ศึกษาเรื่อง Algorithmic Management and the Regulation of Travel Platforms มีการเสนอแนวคิดการใช้ Code as Law หรือการให้รัฐกำหนดมาตรฐานอัลกอริทึมให้แพลตฟอร์มต้องคัดกรองเฉพาะผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตถูกต้องเท่านั้น

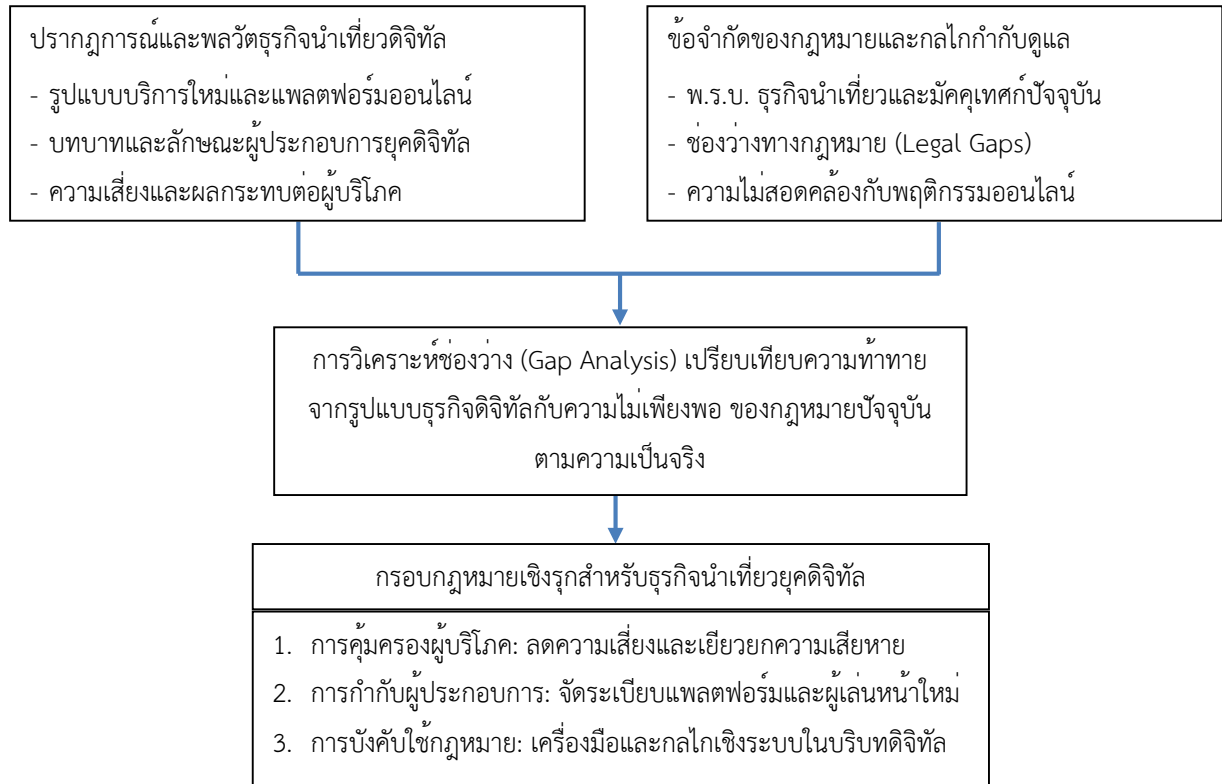
OECD, (2023) ศึกษาเรื่อง Safe and Seamless Travel: Policy Frameworks for the Digital Age เสนอแนวทาง Interoperability หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลของแต่ละประเทศ เพื่อจัดการกับธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่มีตัวตนในประเทศที่ไปดำเนินการ

European Commission, (2022) ศึกษาต้นแบบกฎหมายเชิงรุกที่ดีที่สุดในปัจจุบัน DSA กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้กับแพลตฟอร์มตามขนาดของผู้ใช้งาน ซึ่งหากแพลตฟอร์มตรวจได้พบว่าการขายบริการท่องเที่ยวที่ผิดกฎหมาย ต้องดำเนินการนำออกในทันที มิเช่นนั้นจะต้องรับผิดชอบ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, (2565) ได้วิเคราะห์ถึงความจำเป็นในการออกกฎหมายลำดับรอง เพื่อกำกับดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งสามารถนำมาอ้างอิงเพื่อยืนยันว่าความตื่นตัวในเชิงนโยบายของรัฐบาลไทยได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว แต่ยังขาดความชัดเจนในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวโดยเฉพาะ

World Economic Forum, (2021) มีรูปแบบ Proactive Governance โดยใช้ AI ในการเป็นผู้ช่วยกำกับดูแล อาทิเช่น การใช้ AI ตรวจสอบความผิดปกติของราคาหรือรีวิวปลอมในธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ ซึ่งตรงกับข้อเสนอแนะของกรอบกฎหมายเชิงรุกของท่านที่ต้องการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการป้องกันภัยมากกว่าการตามจับ

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาขอบเขตและกรอบกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัล

### ผู้ให้ข้อมูลหลัก

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเรื่องกำกับธุรกิจนำเที่ยว
- ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย
- ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว
- นักท่องเที่ยว

การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ตรงกับเรื่องที่ศึกษา จำนวน 10 ท่าน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

1. แบบสังเกตภาคสนาม
2. แบบบันทึกเอกสาร

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาจากเอกสาร
2. เก็บจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. การสังเกต

**การวิเคราะห์ข้อมูล** โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และใช้การวิเคราะห์เชิงประเด็น

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1. เพื่อศึกษาความเสี่ยงและรูปแบบบริการใหม่ของธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ รวมถึงบทบาทของผู้ให้บริการในรูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล พบว่า ในธุรกิจนำเที่ยวนี้ได้เปลี่ยนรูปแบบจากผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านไปสู่ระบบที่มีผู้เล่นที่หลากหลาย อาทิเช่น Micro-tour operators, Travel influencers และผู้จัดทริปอิสระในโซเชียลมีเดีย โดยผู้ให้บริการเหล่านี้มักไม่มีสถานะทางกฎหมายในการรองรับและไม่มีใบอนุญาตด้วย จึงทำให้เกิดความเสี่ยงในการหลอกลวงผู้บริโภคโดยผ่านเพจปลอม การโฆษณาเกินจริง และการขายทัวร์ที่ไม่มีอยู่จริง ซึ่งไม่สามารถตรวจสอบได้หรือเกิดการตรวจสอบได้ยาก มีการปรับปรุงนิยามทางกฎหมายให้ครอบคลุมโมเดลของธุรกิจรูปแบบใหม่เพื่อดึงผู้ให้บริการที่ไม่มีตัวตนเหล่านี้ได้เข้าสู่ระบบการกำกับดูแล โดยใช้ระบบการยืนยันตัวตนในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้รัฐสามารถตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการได้แบบเรียลไทม์และป้องกันการปิดเพจหนี สำหรับหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดและช่องว่างของกฎหมายธุรกิจนำเที่ยวปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจนำเที่ยวในยุคดิจิทัล พบว่า พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ได้ถูกออกแบบมาเพื่อกำกับดูแลผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการทางกายภาพ และมีการใช้การออกใบอนุญาตแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดช่องว่างขึ้นเมื่อเผชิญกับธุรกรรมที่ไร้พรมแดนและการโฆษณาผ่านทางออนไลน์ กฎหมายนี้มีลักษณะตั้งรับ คืออาศัยการร้องเรียนหลังจากที่เกิดความเสียหายแล้ว และยังขาดกลไกบังคับใช้กับแพลตฟอร์มจากต่างประเทศหรือการกำหนดความรับผิดชอบของตัวกลาง ควรเปลี่ยนผ่านไปสู่การกำกับดูแลที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน โดยเน้นวิธีการป้องกันเชิงรุก เช่น การกำหนดมาตรฐานโฆษณาทางออนไลน์ และมีการสร้างระบบเชื่อมโยงของข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐและแพลตฟอร์ม รวมถึงการใช้แนวคิดและการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่น เช่น Regulatory Sandbox เพื่อทดลองใช้กฎระเบียบในวงจำกัดก่อนบังคับใช้จริง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 3. เพื่อเสนอกรอบกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับธุรกิจนำเที่ยวยุคดิจิทัลของประเทศไทย ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ พบว่า กลไกในการตรวจสอบและฐานข้อมูลของ

ประเทศไทยไทยนั้น ในปัจจุบันนี้ยังไม่เชื่อมโยงกันและไม่ทันสมัย จึงทำให้ไม่สามารถป้องกันความเสียหายได้ทันทั่วทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายไม่ต้องร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น จึงทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคแบบเรียลไทม์เป็นไปได้ยากมากในทางปฏิบัติ ซึ่งข้อเสนอหลักคือการตรากฎหมายกำหนดความรับผิดชอบของตัวกลาง บังคับให้แพลตฟอร์มต้องตรวจสอบใบอนุญาตและตัวตนของผู้ขาย หากปล่อยให้มีการขายบริการแบบผิดกฎหมาย แพลตฟอร์มต้องร่วมรับผิดชอบด้วย ซึ่งนอกจากนี้จะต้องจัดตั้งศูนย์ร้องเรียนเรื่องท่องเที่ยวออนไลน์ ที่มีการใช้เทคโนโลยีช่วยวิเคราะห์ความเสี่ยงจากพฤติกรรมที่ผิดปกติของผู้ให้บริการ และเพื่อระงับเหตุก่อนความเสียหายจะขยายวงกว้าง

### สรุปผลการวิจัย

ซึ่งจากการวิจัยนี้ได้พบว่า ในความล่าช้าของกฎหมายนี้ได้เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ซึ่งไม่สามารถกำกับดูแลผู้ประกอบการในระบบนิเวศดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเรื่องการเกิดอุบัติเหตุขึ้นของผู้เล่นที่ไม่มีตัวตนบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่จะอยู่นอกเหนือการนิยามของกฎหมายเดิม จึงจะส่งผลให้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคแบบดั้งเดิม ไม่สามารถที่จะระงับความเสียหายที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วในโลกออนไลน์ได้

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Pacing Problem ที่อธิบายให้เห็นว่านวัตกรรมเทคโนโลยีมักจะก้าวหน้าไปเร็วกว่าความสามารถของระบบกฎหมายในการปรับตัว ซึ่งการที่กฎหมายประเทศไทยยังยึดติดกับสำนักงานทางกายภาพนั้น แสดงให้เห็นถึงช่องว่างขนาดใหญ่ระหว่างโลกแห่งความจริงกับตัวบทกฎหมาย จะทำให้รัฐสูญเสียอำนาจการกำกับดูแลในพื้นที่ดิจิทัล

การกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นนั้น ได้พบข้อบกพร่องของระบบใบอนุญาตแบบถาวร จึงอภิปรายได้ว่าภาครัฐจำเป็นต้องนำทฤษฎีการยืดหยุ่นมาใช้ด้วยเพื่อเปลี่ยนกฎระเบียบจากความตายตัวให้เป็นความยืดหยุ่น เช่น การใช้ระบบ Sandbox หรือการออกใบอนุญาตชั่วคราวสำหรับโมเดลของธุรกิจใหม่ เพื่อให้กฎหมายทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริม แทนที่จะเป็นอุปสรรค

ทฤษฎีการกำกับดูแลโดยตัวกลางนั้น ผลการวิจัยที่นำเสนอให้ทางแพลตฟอร์มร่วมรับผิดชอบ ซึ่งเชื่อมโยงกับทฤษฎีที่ว่าในยุคดิจิทัลแพลตฟอร์มคือผู้คุมประตุนั้น ดังนั้น ในการบังคับใช้กฎหมายจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อภาครัฐเปลี่ยนจากการไล่จับผู้ค้าปลีกรายย่อยไปเป็นการกำกับดูแลที่จุดรวมศูนย์เพียงจุดเดียว หรือแพลตฟอร์มที่เป็นตัวกลาง

## ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ปรับปรุงนิยามของผู้ประกอบการนำเที่ยวให้ครอบคลุม เพื่อให้ผู้ให้บริการยุคดิจิทัลแก้ไขพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ให้รองรับกับผู้ให้บริการในรูปแบบใหม่ เช่น Travel Influencer, Travel Planner, ผู้จัดทริปออนไลน์ และผู้ขายบริการผ่านสื่อโซเชียล เพื่อให้สามารถกำกับดูแลได้ครอบคลุมและเพื่อลดช่องว่างที่ทำให้เกิดทัวร์ปลอมและการหลอกลวงออนไลน์

มาตราที่ควรแก้ไข มาตรา 4 บทนิยาม แห่ง พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

แนวทางการแก้ไข นิยาม ธุรกิจนำเที่ยว นั้น ให้เพิ่มความว่า ไม่ว่าจะดำเนินการผ่านสำนักงานทางกายภาพ หรือการผ่านระบบดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ใดๆ เหล่านี้โดยมีการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อเสนอขายแก่บุคคลทั่วไป

วัตถุประสงค์ เพื่อจัดข้ออ้างของผู้ให้บริการแบบ Digital Nomad, Influencer หรือแอดมินเพจที่จัดทัวร์ว่าตนไม่มีสำนักงาน จึงไม่ต้องขอใบอนุญาต

มาตราที่เกี่ยวข้อง มาตรา 15 เรื่องการขอใบอนุญาต ควรเพิ่มบทบัญญัติให้ที่อยู่ทางอิเล็กทรอนิกส์หรือโดเมนเนมที่จดทะเบียนในประเทศไทย สามารถที่จะใช้แทนสำนักงานทางกายภาพได้ในกรณีธุรกิจบริการดิจิทัล

1.2 การจัดตั้งระบบทะเบียนผู้ประกอบการดิจิทัลพร้อม Digital KYC นั้นควรมีระบบขึ้นทะเบียนของผู้ประกอบการที่ดำเนินงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีการบังคับใช้การยืนยันตัวตนแบบดิจิทัลรวมถึงการสร้างฐานข้อมูลกลางเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อลดปัญหาผู้ขายที่ปิดเปิดเพจใหม่เพื่อหลบเลี่ยงความรับผิดชอบ

1.3 การกำหนดให้แพลตฟอร์มออนไลน์มีความรับผิดชอบ ควรตรากฎหมายที่กำหนดให้แพลตฟอร์ม เช่น OTA และ Social Marketplace ต้องตรวจสอบใบอนุญาตและตัวตนผู้ขายอย่างจริงจังมากขึ้น พร้อมร่วมรับผิดชอบในกรณีที่ปล่อยให้มีการขายบริการท่องเที่ยวที่ผิดกฎหมาย มาตรการนี้จะช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความโปร่งใสของตลาดบริการท่องเที่ยวออนไลน์อย่างสำคัญด้วย

กำหนดให้แพลตฟอร์มออนไลน์มีความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยเสนอให้ดำเนินการใน 2 ระดับ เพื่อให้เกิดการบังคับใช้เชิงรุก

ระดับที่ 1 การแก้ไข พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

มาตราที่ควรเพิ่ม คือ เพิ่มบทบัญญัติใน หมวด 2 การประกอบธุรกิจนำเที่ยว แนวทางในการแก้ไขได้กำหนดให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายบริการนำเที่ยว มีหน้าที่ตรวจสอบใบอนุญาตของผู้ประกอบการก่อนอนุญาตให้ลงโฆษณา หากยังคงปล่อยปละละเลยให้มีการขายทัวร์เถื่อนบนแพลตฟอร์ม ให้ถือว่าแพลตฟอร์มมีความรับผิดชอบร่วมกับผู้ขายต่อผู้บริโภค

ระดับที่ 2 การเชื่อมโยงกับพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้ง

ให้ทราบ พ.ศ. 2565

หน่วยงานที่เสนอ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

แนวทางการแก้ไข เสนอให้ระบุ ธุริกิจนำเที่ยวออนไลน์ให้เป็นธุรกิจบริการดิจิทัลที่มีความเสี่ยงสูงตามบัญชีแนบท้ายกฎหมาย เพื่อให้แพลตฟอร์มนี้มีหน้าที่รายงานข้อมูลผู้ค้าและต้องมีการ Take down หรือระงับการเข้าถึงเพจที่ผิดกฎหมายโดยทันท่วงทีตามคำสั่งของนายทะเบียน ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดความรับผิดชอบของตัวกลาง Intermediary Liability

1.4 ให้มีการจัดทำกลไกกำกับโฆษณาและการนำเสนอข้อมูลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ควรกำหนดมาตรฐานสำหรับการโฆษณาทั่วออนไลน์ เช่น การห้ามโฆษณาเกินความเป็นจริง การกำหนดให้แสดงเลขที่ใบอนุญาตอย่างชัดเจน การควบคุมข้อความเชิงชักจูงที่เกินควร และการพัฒนาระบบรายงานของเนื้อหาที่ผิดกฎหมายร่วมกับแพลตฟอร์ม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและตรวจสอบได้

1.5 พัฒนาระบบร้องเรียนออนไลน์แบบเรียลไทม์และกลไกที่ตอบสนองเร็ว ซึ่งควรจัดทำศูนย์ร้องเรียนท่องเที่ยวออนไลน์ ที่สามารถรับเรื่องร้องทุกข์ ตรวจสอบ และดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการช่วยวิเคราะห์ความเสี่ยงจากเพจหรือผู้ให้บริการที่มีพฤติกรรมผิดปกติ เพื่อป้องกันความเสียหายก่อนเกิดขึ้นและเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

## 2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับกรอบทางกฎหมายเชิงรุกสำหรับการกำกับดูแลธุริกิจนำเที่ยวในยุคดิจิทัลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในหลายมิติ หลายด้าน ทั้งในระดับหน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการ และสังคมของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนานโยบายและการออกแบบเครื่องมือกำกับดูแลที่สอดคล้องกับบริบทดิจิทัลในยุคสมัยใหม่

2.1 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานด้านดิจิทัล สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อใช้ในการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเรื่องของการนิยามผู้ประกอบการยุคใหม่ การกำกับแพลตฟอร์มออนไลน์ และการจัดทำระบบข้อมูลกลาง เพื่อให้การกำกับดูแลมีความทันสมัยและตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโลกออนไลน์ได้อย่างทันท่วงที

2.2 ผู้ประกอบการในธุริกิจนำเที่ยวนั้นสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เพื่อปรับแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางการกำกับดูแลในอนาคตได้ ในการเตรียมพร้อมด้านการตรวจสอบตัวตนดิจิทัล การจัดทำข้อมูลบริการเพื่อความโปร่งใส และการปฏิบัติตามมาตรฐานทางด้านความปลอดภัยที่คาดว่าจะเข้มงวดขึ้นในตลาดออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความน่าเชื่อถือและลดความเสี่ยงทางด้านกฎหมายในระยะยาวอีกด้วย

2.3 แพลตฟอร์มออนไลน์และผู้พัฒนาเทคโนโลยียังสามารถนำข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบระบบตรวจสอบผู้ขาย การกลั่นกรองเนื้อหา และระบบติดตามพฤติกรรมความเสี่ยงเพื่อสามารถยกระดับความโปร่งใสของระบบนิเวศท่องเที่ยวดิจิทัล และยังลดปัญหาการหลอกลวงหรือการขาย

ทัวร์ปลอมที่สร้างความเสียหายต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

### 3. ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับกรอบกฎหมายในบริบทของประเทศไทยเป็นหลัก ประกอบกับการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน ซึ่งส่งผลให้ข้อมูลที่ได้นั้น อาจไม่สามารถเป็นตัวแทนหรือสะท้อนมุมมอง พฤติกรรม และสภาพปัญหาของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกประเภทได้และทุกขนาดได้อย่างครอบคลุมทั้งหมด ซึ่งนอกจากนี้ พลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัล และโมเดลธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์นั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมาก ซึ่งข้อค้นพบและกรอบทางกฎหมายที่เสนอในงานวิจัยนี้ จึงอาจมีข้อจำกัดในด้านความครอบคลุม ซึ่งหากระบบนิเวศดิจิทัลในอนาคตเกิดการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี ในรูปแบบใหม่อีกครั้ง

### เอกสารอ้างอิง

- ชลธิชา ศรีละมูล, (2564) แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้บริการจองที่พักและแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์. วารสารนิติศาสตร์และสังคม, 12(2), 45-62.
- ตะวัน พรหมวงศ์, (2566) กฎหมายกับการควบคุมสื่อสังคมออนไลน์ในอุตสาหกรรมบริการ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.
- ธนภัทร ช่อผกา, (2565) ความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มตัวกลางกับการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล วารสารกฎหมายเศรษฐกิจ, 14(2), 85-103.
- พัชราพรรณ ต๊ะปินตา, สุภาภรณ์ ประสงค์ธรรม, และ กิตติคุณ ศักดิ์สูง, (2565) ผลกระทบและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้บริการจองที่พักและทัวร์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ วารสารนิติศาสตร์และสังคมศาสตร์, 15(1), 112-130.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, (2565) รายงานสถิติข้อร้องเรียนของผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยวและบริการออนไลน์ประจำปี 2565 สคบ.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, (2565) รายงานการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลเศรษฐกิจแพลตฟอร์มกองกฎหมายเศรษฐกิจ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, (2565) รายงานผลการศึกษากฎหมายแพลตฟอร์มดิจิทัลและการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุรัชย์ กิรุงไพศาล, (2562) ปัญหากฎหมายในการควบคุมธุรกิจนำเที่ยวออนไลน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ayres, I., & Braithwaite, J., (1992) Responsive regulation Transcending the deregulation debate Oxford University Press.
- Bender, S. M., (2017) The pacing problem Keeping pace with new technology Routledge.

- Dixon, J., & Graber, C. (2022) Algorithmic management and the regulation of travel platforms  
Journal of Travel Research, 61(4), 850-865 <https://doi.org/10.1177/00472875211012345>
- European Commission, (2022) The Digital Services Act (DSA) Regulatory framework for online  
platforms. European Union Publishing.
- Floridi, L., (2021) The ethics of AI and data science Regulatory challenges in a hyperconnected  
world Oxford University Press.
- Hernandez, M., (2021) The rise of invisible providers Regulating emerging business models in  
digital tourism Academic Press.
- Kenney, M., & Zysman, J., (2016) The rise of the platform economy Issues in Science and  
Technology, 32(3), 61-69.
- OECD., (2021) Digital government review of Thailand Towards resilient and innovative public  
services OECD Publishing.
- OECD., (2023) Safe and seamless travel Policy frameworks for the digital age OECD Publishing  
<https://doi.org/10.1787/exemplary-doi>
- Pizam, A., ABC, D., & EFG, H., (2021) The impact of the sharing economy on the  
professionalization of the tourism industry International Journal of Hospitality  
Management, 92, Article 102710 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102710>
- Smith, J., & Lee, K., (2020) Digital-era service governance Multi-sided platforms and consumer  
trust. Journal of Digital Policy and Regulation, 8(3), 142-159  
<https://doi.org/10.1016/j.jdpr.2020.10.005>
- World Tourism Organization., (2022) International tourism highlights (2022 ed.) UNWTO.  
<https://doi.org/10.18111/9789284423453>
- World Economic Forum., (2021) Harnessing AI for sustainable tourism A proactive governance  
model. WEF Publishing.
- World Tourism Organization., (2022) International tourism highlights (2022 ed.) UNWTO.  
<https://doi.org/10.18111/9789284423453>
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R., (2015) Information technology and consumer  
behavior in travel and tourism Implications for marketing strategy Journal of Retailing  
and Consumer Services, 22, 244–249.