



JIBM



วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



วารสารปีที่ 5 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2567)

Volume 5, Issue 3 (September - December 2024)

JOURNAL OF INNOVATION BUSINESS, MANAGEMENT, AND SOCIAL SCIENCES

ISSN 2697-6609 (ONLINE)

วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์

Journal of Innovation in Business, Management, and Social Sciences

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2567

Volume 5 Issue 3 September - December 2024

เจ้าของ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

โทรศัพท์ 02-441-6067

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผศ.ประนอม ตั้งปรีชาพาณิชย์

รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

อาจารย์รพี ม่วงนนท์

ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.กอบกุล จันทระโคติกา

รองบรรณาธิการ

รศ.ดร.วราภรณ์ วัฒนาร

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.ยศ สันตสมบัติ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รศ.ดร.อนันต์ชัย คงจันทร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ.ดร.ชัชพงศ์ ตั้งมณี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ.ดร.สรายุทธ์ นาทะพันธ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผศ.ดร.สมชัย ตระการรุ่ง

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผศ.ดร.ชลลดา สัจจานิตย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผศ.ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผศ.ดร.บุญธิดา ชุนงาม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผศ.ดร.ทัศน์ีย์ สติมานนท์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ฐิติมา ไห่ถ้อย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร.ดรรชนี สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.ศิริธิดา ชัยวิสุทธิราษฎร์	มหาวิทยาลัยมหิดล
Professor Dr.Anthony SF Chiu	De La Salle University, Philippines
Professor Dr.Ming-Lang Tseng	Asia University, Taiwan
Associate Prof. Dr.Kuo-Jui Wu	National Taiwan University of Science and Technology

วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารทางวิชาการซึ่งบทความทุกเรื่องต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอย่างน้อย 3 ท่าน (peer-reviewed journal) ข้อความและบทความในวารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์ เป็นแนวคิดของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ บรรณาธิการ กองบรรณาธิการ วิทยาลัย นวัตกรรมจัดการ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์

Journal of Innovation in Business, Management, and Social Sciences

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอบทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณภาพ ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์ ตลอดจนสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคมในการเป็นศูนย์กลางเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ การทำวิจัยและการพัฒนาผลงานวิชาการ ของนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ ผู้บริหาร นักศึกษา นักรธุรกิจ และประชาชนผู้สนใจการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั่วไป
3. เพื่อสนองนโยบายการวิจัยและบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

กำหนดการเผยแพร่

ตีพิมพ์ 3 ฉบับต่อปี ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม) ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม) เผยแพร่ในเว็บไซต์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย หรือ Thai Journals Online (ThaiJO)

การเผยแพร่

เผยแพร่ทางออนไลน์ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jibim>

การบอกรับสมาชิก

ผู้สนใจสามารถบอกรับเป็นสมาชิกได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์

ข้อมูลติดต่อ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

โทรศัพท์ 02-441-6067

ค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์

บุคคลทั่วไป ภาษาไทย เรื่องละ 4,500 บาท ภาษาอังกฤษ เรื่องละ 6,500 บาท

บุคลากรของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ภาษาไทย เรื่องละ 3,500 บาท ภาษาอังกฤษ เรื่องละ 5,500 บาท

(ผู้ส่งบทความสามารถชำระค่าลงทะเบียนหลังจากได้รับการกลั่นกรองบทความเบื้องต้นจาก
กองบรรณาธิการ)

- ❖ บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
- ❖ มีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประจำกองบรรณาธิการมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ บทความจากนักวิชาการและนักวิจัยภายนอกลงตีพิมพ์ทุกฉบับมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ อนุญาตให้นำเนื้อหาจากวารสารไปใช้ได้ แต่ต้องระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารนวัตกรรมการจัดการ และการจัดการ และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สารบัญ

หน้า

ผลกระทบของสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความภักดีนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม-วิถี-การตอบสนอง

บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริภมล สิริรินทร์า สังข์ทอง นิमित ชุณส์ัน และสุภัทรา สังข์ทอง 1

อธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย: แนวทางสร้างสมดุลด้านความมั่นคง สิทธิพลเมือง และเศรษฐกิจสำหรับประเทศกำลังพัฒนา

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว ทนงค์ศักดิ์ ศิริยงค์ และณัฐกิตติ์ สุขสำราญ..... 25

ผลกระทบของสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความภักดีนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว
อย่างมีความรับผิดชอบต่อผ่านตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง

The Effect of Destination Attractiveness on Tourist Loyalty for Responsible Tourism
through Stimulus-Organism-Response Model

บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริกมล¹ สิรินทรา สังข์ทอง² นิมิต ชุณส์ัน³ และสุภัทธา สังข์ทอง⁴

Bongkotrat Piamsirikamol¹ Sirinthra Sangthong² Nimit Soonsan³ and Suphattra Sangthong⁴

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ประเทศไทย¹⁻⁴

Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Thailand¹⁻⁴

Corresponding author: sirinthra.s@pkru.ac.th²

วันที่รับบทความ 18 กันยายน 2567

วันที่แก้ไขบทความ 2 พฤศจิกายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ 13 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีเชิงทัศนคติและความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางของภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางต่อความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำนวน 408 คน โดยใช้การตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางเป็นตัวแปรคั่นกลางต่อความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีของนักท่องเที่ยว การศึกษาครั้งนี้เน้นย้ำถึงผลลัพธ์เชิงบวกของความรู้ในฐานะการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำเป็นต้องใช้นโยบายเฉพาะอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาเชิงประจักษ์ รวมทั้งผู้บริหารจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเพื่อปรับปรุงความภักดีของนักท่องเที่ยวด้วย

คำสำคัญ: สิ่งดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ ความภักดี การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

Abstract

This research aims to examine the relationship between tourist attractiveness and attitudinal and behavioral tourist loyalty as well as the mediating role of destination image in the relationship between tourist attractiveness and destination loyalty in the context of responsible tourism. The current study used a convenience sampling method for collecting data from 408 Thai respondents using a self-administered questionnaire. The data was analyzed by structural equation modelling. The results show that the tourist attractiveness affected on the tourist loyalty as well as the destination image was mediated the relationship between tourist attractiveness and tourist loyalty. This study highlights the positive outcomes of knowledge as a responsible tourism. Stakeholders need to implement industry-specific policies that are in line with scientific developments. Tourism managers should prioritize providing valuable insights for improving the tourist loyalty.

Keywords: Attraction, image, loyalty, responsible tourism

บทนำ

ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง และความภักดีของนักท่องเที่ยว ในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จะสามารถสะท้อนถึงการแสดงออกและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเป็นคำถามที่เกิดขึ้นพร้อมกับข้อกังวลมากมายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแต่ละจุดหมายปลายทาง จึงเป็นความจำเป็นและความตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างจุดสมดุลระหว่างการบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Ramkissoon et al. 2018) แม้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ แต่ยังคงอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น มลพิษ การสูญเสียหรือการสูญพันธุ์ของสัตว์ ความเสียหายต่อพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำ ความเสียหายและการสูญเสียวัตถุทางวัฒนธรรม เป็นต้น (Akhshik et al., 2022) ในที่สุดจุดหมายปลายทางที่พึงพิงธรรมชาติ ก็อาจสูญเสียความน่าดึงดูดใจ และความยั่งยืน ดังนั้นพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเท่านั้นจึงจะสามารถช่วยคงความยั่งยืนของจุดหมายปลายทาง (Li et al., 2021) ทั้งนี้จะพบว่าพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมากต่อ

สภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง จากการกำหนดการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทาง พร้อมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Han et al., 2016) และในขณะเดียวกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบยังสามารถช่วยเหลือองค์กรการจัดการจุดหมายปลายทางเพื่อสร้างสมดุลระหว่างความสามารถในการทำกำไรทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Lee et al., 2015; Lin & Lee, 2020; Kim & Thapa, 2018; Gupta et al., 2022)

คุณลักษณะที่ดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดหมายปลายทางทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงปัญหาในแต่ละจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงสิ่งดึงดูดใจจากจุดหมายปลายทาง แม้ว่าความภักดีของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นจากความภักดีของการเป็นลูกค้า การฝังอยู่ในแนวคิด การรับรู้ และอารมณ์ก็ตาม (Stumpf et al., 2020) โดยความภักดีนั้นจะเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง การประเมินและสิ่งดึงดูดใจในจุดหมายปลายทาง ช่วยให้สามารถขับเคลื่อนการตลาดของจุดหมายปลายทางได้ (Stylidis et al., 2020) อย่างไรก็ตามพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดหรือสิ่งดึงดูดใจ ยังคงคลุมเครือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และการศึกษาเชิงประจักษ์ก็ยังไม่เพียงพอที่จะตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้ (Lv & McCabe, 2020; Patwardhan et al., 2020) และจากการทบทวรรณกรรมต่าง ๆ ช่างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจและความภักดีควรได้รับการตรวจสอบตามลำดับ เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงลึกและเพื่อการอธิบายที่ชัดเจนขึ้นของการแสดงออกและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของนักท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง (S-O-R) (Mehrabian & Russell, 1974) ในบริบทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งดึงดูดใจและเป็นกลไกเพื่อกระตุ้นการตอบสนอง ซึ่งในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงต้องมีความเข้าใจในการรับรู้ถึงภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางให้มากขึ้น เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Promsivapallop & Kannaovakun, 2017; Huang et al., 2021) การบูรณาการแนวคิดนี้ในการศึกษาจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ดีขึ้น รวมถึงผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งผลให้มีข้อมูลเชิงลึกทั้งเชิงปฏิบัติและเชิงทฤษฎีเพิ่มขึ้น การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และความภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในครั้งนี้พยายามที่จะระบุบทบาทของแต่ละปัจจัย ด้วยการอธิบายหน้าที่ของสิ่งดึงดูดใจและภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง และความภักดีผ่านตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง ซึ่งโมเดลนี้จะช่วยให้มีมุมมองที่แตกต่างในการทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นตัวแบบจึงจะเป็นกรอบในการระบุนความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง (ตัวกระตุ้น) ภาวลักษณะของจุดหมายปลายทาง (กลไก) และความภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรม (การตอบสนอง) ในจุดหมายปลายทางเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบได้อย่างเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

ตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง (Stimulus-Organism-Response model: SOR)

การตอบสนองทางพฤติกรรมของบุคคลสะท้อนโดยการรับสิ่งเร้าภายนอกและสร้างสภาวะภายใน แล้วจึงเกิดการตอบสนองตามตัวแบบ SOR (Mehrabian & Russell, 1974) แบบจำลองนี้กลายเป็นหนึ่งในกรอบการทำงานที่นิยมใช้กันมากที่สุด รวมถึงการให้ข้อมูล กระบวนการ และผลลัพธ์ไว้ในแบบจำลองเดียว ช่วยในการทำความเข้าใจสาเหตุที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของแต่ละบุคคล เป็นเหตุให้ถูกนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์เป็นอย่างดี การกระตุ้นจากประเด็นที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อสภาวะภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งท้ายที่สุดจะ กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Zhai et al., 2020) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Chang (2013) ที่สำรวจการก่อตัวของความภักดีของผู้บริโภค โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้สิ่งเร้าจากร้านอาหารซึ่งเป็นผลกระทบทางอ้อมต่ออารมณ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ Kamboj et al. (2018) ยังพบว่าแรงจูงใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วม ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งความไว้วางใจและความภักดีต่อตราสินค้า เช่นเดียวกับ Sun et al. (2021) ที่พบว่าการยอมรับและความไว้วางใจของการโฆษณาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากสิ่งแวดล้อม และจากวรรณกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ยังไม่สามารถตอบคำถามได้ชัดเจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง และความภักดีของนักท่องเที่ยว ในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบว่าจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงออกและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวได้ การศึกษาครั้งนี้จึงได้ใช้แบบจำลอง SOR สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเป็นการกระตุ้นภายนอกที่อำนวยความสะดวกในการสร้างความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ตัวกระตุ้น: สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง

สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง เป็นหนึ่งในแรงจูงใจดั้งเดิมที่สุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เยี่ยมชมจุดหมายปลายทาง และชักจูงความรู้สึก มุมมอง และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับที่จุดหมายปลายทางสามารถดึงดูดความต้องการ (Dey et al., 2020; Mursid & Anoraga, 2022) สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบคือคุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ทิวทัศน์ การคมนาคม บรรยากาศ เป็นต้น

ที่กระตุ้นปฏิกิริยาภายในของแต่ละบุคคล ความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางถือเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติเชิงบวกและประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำ ดังนั้นความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Pompurová et al., 2024; Yin et al., 2020) การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง เป็นส่วนสำคัญที่กระตุ้นอารมณ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางต่าง ๆ (Nasir et al., 2020; Xu & Zhang, 2016; Reitsamer et al., 2016)

กลไก: ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง

การศึกษาภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางนั้นนักวิชาการไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับคำจำกัดความและส่วนประกอบเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจอย่างมากกับกระบวนการก่อตัวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการนี้ (Wang et al., 2023) เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Lee & Xue, 2020) และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถสะท้อนผ่านสินค้าและบริการจากจุดหมายปลายทางด้วย ดังนั้นการทำความเข้าใจภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญและจากการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการตรวจสอบภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางทั้งภาพลักษณ์เชิงการรับรู้ ภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก และภาพลักษณ์ประเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (Soonsan & Somkai, 2022; Soonsan & Sungthong, 2020) ปะทะกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวข้อที่มีความโดดเด่นเพื่อช่วยในการบริการจัดการและการดำเนินการตลาดให้กับจุดหมายปลายทางจำนวนมาก ทั้งนี้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่นักวิชาการใช้ทำนายการแสดงออกและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Afshardoost & Eshaghi, 2020; Li et al., 2021; Soonsan & Sungthong, 2020)

การตอบสนอง: ความภักดี (ความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรม)

ความภักดีแสดงถึงแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจหรือบริการ (Jeong & Kim, 2020; Styliadis et al., 2020) ซึ่งความภักดี (Loyalty) เป็นคำสัญญาเชิงลึกที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำในอนาคตกับสินค้าหรือบริการเดิม ๆ ซ้ำ ๆ และสถานการณ์ดังกล่าวจะเป็นตัวช่วยชั่งจูง รวมถึงศักยภาพของการตลาดที่มีผลให้เกิดพฤติกรรมนั้นซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้การกำหนดองค์ประกอบของการวัดลักษณะความภักดีสามารถวัดได้แตกต่างกัน (Robinson & Etherington, 2006; Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996) โดยความภักดีสามารถแสดงออกจากการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำ และสร้างการบอกปากต่อปากในเชิงบวกหรือทัศนคติเชิงบวกต่อธุรกิจและผลิตภัณฑ์ (Leo et al., 2021; Ragb et al., 2020) ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางนำไปใช้กับความเข้าใจในพฤติกรรมและความตั้งใจของนักท่องเที่ยว (Alrawadieh et al., 2019; Lv & McCabe, 2020) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่ภักดีไม่เพียงแต่แสดงทัศนคติเชิงบวกต่อจุดหมาย

ปลายทางและพฤติกรรมในการกลับมาเยี่ยมชมและแนะนำเท่านั้น (Coetzee & Pourfakhimi, 2020; Kahraman & Cifci, 2023) แต่ยังคงเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อประโยชน์ของคนในท้องถิ่นที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย (Nunkoo & Ramkissoon, 2016) การศึกษาเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงสามารถช่วยให้ข้อมูลเชิงลึกในการเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์การจัดการจุดหมายปลายทางได้อย่างเหมาะสม

การพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวิจัยเบื้องต้นมุ่งเน้นไปที่คำจำกัดความแนวคิดของความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยรวมที่ประกอบด้วยคุณลักษณะแต่ละประการของจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนการรับรู้และประเมินผลโดยรวมอย่างครอบคลุม ความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Akgün et al., 2020) ซึ่งองค์ประกอบของความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางส่วนใหญ่ นั้น ได้แก่ การเข้าถึงจุดหมายปลายทาง โครงสร้างพื้นฐาน ความงามของทิวทัศน์ และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Bozic et al., 2017; De Nisco et al., 2015) โดยการศึกษา Culic et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่าสิ่งดึงดูดใจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหากสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีความเหมาะสม ย่อมทำให้ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางดีด้วย โดยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจและภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางยังคงต้องได้รับการตรวจสอบในบริบทการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดความกระจ่างและชัดเจนยิ่งขึ้น

การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเชิงบวกของนักท่องเที่ยวมาจากความตั้งใจ พฤติกรรมและการบอกต่อจากผู้อื่น เมื่อข้อกำหนดในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้รับการแก้ไขในจุดหมายปลายทางหนึ่ง ๆ การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเชิงบวกของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนการสร้างโอกาสสำหรับการมาเยือนอีกครั้ง และเกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Li et al., 2020; Suhartanto et al., 2020; Wang et al. 2020; Yolal et al. 2017) การศึกษาเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง และความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Li et al., 2020; Nasir et al., 2020; Suhartanto et al., 2020; Wang et al., 2020) เช่นการศึกษาของ Li et al. (2020) ที่พบว่าความน่าดึงดูดใจของเทศกาลมีอิทธิพลโดยตรงในเชิงบวกต่อความภักดีของจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตาม การศึกษาผลกระทบของสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางต่อความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีต่อพฤติกรรมยังไม่เพียงพอ เนื่องจากสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางอาจมีอิทธิพลที่หลากหลายต่อความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีต่อพฤติกรรม จึงเป็นที่มาของการกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงทัศนคติ

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรม

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางและความภักดีควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม โดย Zhang et al. (2016) สรุปจากการวิเคราะห์ที่ชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางมีผลต่อความภักดี ซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ต่อความภักดีจะแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับชัดเจนขึ้น ย่อมส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทาง (Kumar et al., 2020; Styliadis et al., 2017) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความภักดีได้ มีมิติที่นักวิชาการได้นำเสนอเพื่อช่วยให้ผู้บริหารจุดหมายปลายทางมีทิศทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่ทำให้ห้องจัดการจัดการจุดหมายปลายทางประสบความสำเร็จ (Li et al., 2021; Styliadis et al., 2022) เพราะภาพลักษณ์มีผลต่อความภักดีที่ช่วยทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำหรือความตั้งใจจะบอกต่อ (Najar & Rather, 2023; Padrón-Ávila et al. 2022; Styliadis et al., 2020) จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงทัศนคติ

สมมติฐานที่ 5 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรม

ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง การศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางส่งผลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Culic et al., 2021; Zaman & Aktan, 2021) ซึ่งนักท่องเที่ยวที่รับรู้สิ่งน่าดึงดูดใจย่อมทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทระหว่างความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นคำถามที่ต้องสำรวจ การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดลง ความภักดีก็จะลดลงเช่นกัน หากการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ความภักดีก็เพิ่มขึ้นด้วย (Kumar et al., 2020; Padrón-Ávila et al., 2022; Styliadis et al. 2020) จึงแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Lu et al., 2020; Maghrifani et al., 2022) การศึกษาครั้งนี้มุ่งทดสอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดี ในการศึกษาจึงกำหนดสมมติฐานเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีเชิงทัศนคติ

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความภักดีเชิงพฤติกรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาคั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและร่วมทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น กิจกรรมทำความสะอาด กิจกรรมอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าถนนกลาง เป็นต้น ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม พ.ศ.2567 มีการใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก ที่ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยผู้ช่วยวิจัยที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการเก็บข้อมูลจำนวน 6 คนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ซึ่งมีเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยินดีเข้าร่วมเท่านั้นที่จะได้รับแบบสอบถามด้วยตนเอง แบบสอบถามได้ให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน 420 คน โดยหลังจากการคัดกรองความสมบูรณ์คงเหลือเพียง 408 ชุด ซึ่งเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดของ Hair et al. (2018) ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1 โดยมีเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

	จำนวน (n= 408 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	281	68.9
หญิง	127	31.1
อายุ (ปี)		
20 – 25	93	22.8
26 – 30	198	48.5
31 – 35	43	10.5
36 – 40	37	9.1

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	จำนวน (n= 408 คน)	ร้อยละ
41 - 45	16	3.9
มากกว่า 45	21	5.2
สถานภาพ		
โสด	292	71.6
สมรส	54	13.2
หย่าร้าง	47	11.5
อื่นๆ	15	3.7
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	188	46.1
ปริญญาตรี	175	42.9
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
15,000 - 30,000 บาท	278	68.1
30,000 - 40,000 บาท	76	18.7
มากกว่า 40,000 บาท	54	13.2

เครื่องมือการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามที่พัฒนามาจากงานวิจัยในอดีตเป็นเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ข้อคำถามทั้งหมดได้ประเมินด้วยวิธีแบบสเกลแบบลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 ระดับจุด (1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ประกอบด้วย 4 ตอน ตอนแรกสอบถามเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจ มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คุณลักษณะหลัก (Core attributes) สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการ (Facility service) ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Sightseeing experience) พัฒนาการศึกษานี้ของ Li et al (2023) และ Cheng et al. (2013) ส่วนตอนสองสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ภาพลักษณ์ประเทศ (Country image) ภาพลักษณ์การรับรู้ (Cognitive image) และภาพลักษณ์ความรู้สึก (Affective image) ปรับปรุงข้อคำถามจาก Mody et al.

(2017) และความภักดีเชิงทัศนคติ จำนวน 3 ข้อ และความภักดีเชิงพฤติกรรม จำนวน 3 ข้อ พัฒนาจากการศึกษาของ Wu et al. (2022)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีแบบ PLS-SEM ด้วยโปรแกรม Smart PLS ที่สามารถทำนายตัวแปรแฝงภายนอกเพื่อวัตถุประสงค์การวิจัย (Sarstedt et al., 2017) โดยการวิเคราะห์วิธีแบบ PLS-SEM สามารถวิเคราะห์ได้โดยไม่ต้องมีการกระจายแบบปกติและมีลักษณะการวัดแบบใดก็ได้ที่ใช้พยากรณ์ได้ดี ซึ่งการวัดคุณภาพของแบบจำลองรวม ที่เริ่มต้นด้วยการพิจารณา แบบจำลองการวัด (Measurement Model หรือ Outer Model) จากค่าสถิติต่อไปนี้ Cronbach Alpha, Composite Reliability, Indicator Reliability, Average Variance Extracted, Discriminant Validity และ Convergent Validity ต่อมาจึงพิจารณาจากแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model)

ผลการศึกษา

การทดสอบโมเดลการวัด

การตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model หรือ Outer Model) เป็นการตรวจสอบข้อคำถามที่ใช้ในการประเมินด้วยการทดสอบความเที่ยง (Reliability) และความตรง (Validity) ด้วยการประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ค่า Cronbach's Alpha ค่า rho_A ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าสกัดความแปรปรวนเฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) แสดงดังตารางที่ 2 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานทุกองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.50 อยู่ระหว่าง 0.767 – 0.831 ส่วนค่า Cronbach's Alpha อยู่ระหว่าง 0.701 – 0.753 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความเที่ยง ส่วนค่า rho_A มีค่าระหว่าง 0.709 – 0.753 มีค่ามากกว่า 0.70 รวมทั้งค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) ระหว่าง 0.833 – 0.858 ที่มีค่ามากกว่า 0.70 และค่าสกัดความแปรปรวนเฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ระหว่าง 0.624 – 0.669 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.60 นอกจากนั้นค่า f square แสดงดังตารางที่ 3 ซึ่งมีค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (Carmines & Zeller, 1988; Hair et al., 2014) นอกจากนั้นการพิจารณาความตรงเชิงอำนาจจำแนก (Discriminant Validity) ด้วยวิธีการ Fornell-Larcker Criterion (แสดงดังตารางที่ 4) ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เช่นเดียวกับค่า Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) (แสดงดังตารางที่ 5) ที่มีค่าน้อยกว่า 0.90 แต่ละปัจจัยมีความตรงเชิงอำนาจจำแนกสูง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต่อไป (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracte d (AVE)
สิ่งดึงดูดของจุดหมาย ปลายทาง	0.711 – 0.819	0.715	0.719	0.840	0.637
ภาพลักษณ์จุดหมาย ปลายทาง	0.796 – 0.831	0.736	0.737	0.850	0.655
ความภักดีเชิงทัศนคติ	0.767 – 0.824	0.701	0.709	0.833	0.624
ความภักดีเชิงพฤติกรรม	0.809 – 0.831	0.753	0.753	0.858	0.669

ตารางที่ 3 ขนาดของผลกระทบ (f^2) ของตัวแปรในแบบจำลองการถดถอย

	ภาพลักษณ์จุดหมาย ปลายทาง	ความภักดีเชิงทัศนคติ	ความภักดีเชิงพฤติกรรม
สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง	0.198	0.239	0.144
ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง		0.130	0.150

ตารางที่ 4 ความตรงเชิงอำนาจจำแนกด้วยวิธีการ Fornell-Larcker Criterion

	1	2	3	4
1. ความภักดีเชิงทัศนคติ	0.790			
2. ความภักดีเชิงพฤติกรรม	0.516	0.818		
3. สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง	0.548	0.480	0.798	
4. ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง	0.482	0.484	0.407	0.809

ตารางที่ 5 ความตรงเชิงอำนาจจำแนก (Discriminant Validity) ด้วยวิธีการ Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	1	2	3	4
1. ความภักดีเชิงทัศนคติ				
2. ความภักดีเชิงพฤติกรรม	0.710			
3. สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง	0.763	0.651		
4. ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง	0.669	0.651	0.555	

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาระดับนี้วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model) ได้ดำเนินการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ (แสดงดังตารางที่ 6 และภาพที่ 1) โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงสามารถทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ จำนวน 5 สมมติฐาน และการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมสามารถทดสอบสมมติฐานจำนวน 2 สมมติฐาน โดยการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ($\beta = 0.407, t = 9.476^{***}$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 นอกจากนี้ การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีความรักดีเชิงทัศนคติ ($\beta = 0.42, t = 8.591^{***}$) เช่นเดียวกับ การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลต่อความรักดีเชิงพฤติกรรม ($\beta = 0.339, t = 6.972^{***}$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ 3 ส่วนภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความรักดีเชิงทัศนคติ ($\beta = 0.311, t = 6.465^{***}$) และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความรักดีเชิงพฤติกรรม ($\beta = 0.346, t = 6.645^{***}$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 และ 5

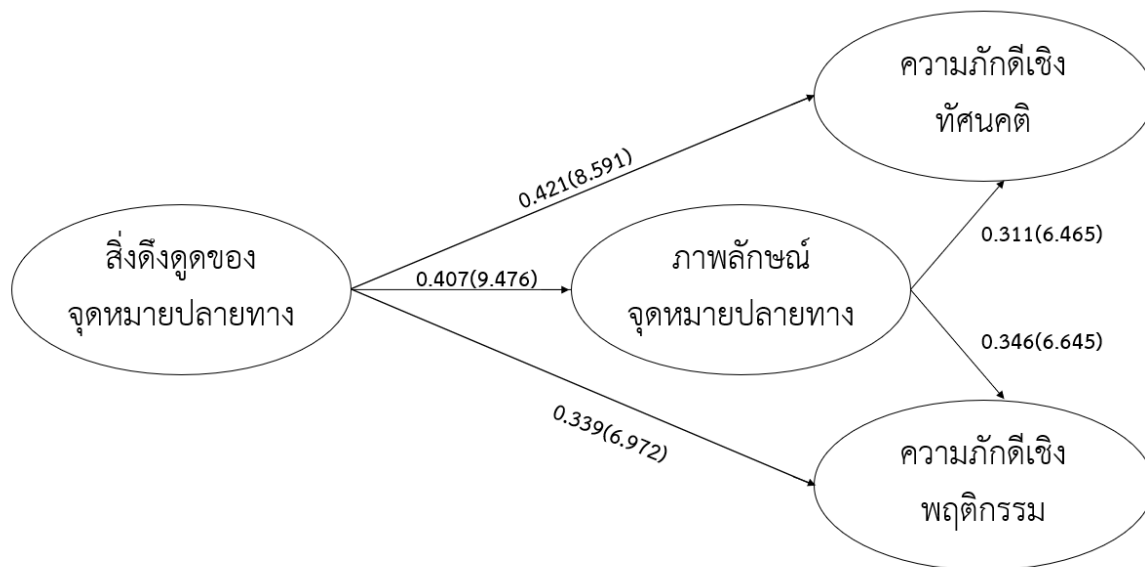
การทดสอบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความรักดีเชิงทัศนคติ และความรักดีเชิงพฤติกรรม แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วนระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความรักดีเชิงทัศนคติ ($\beta = 0.127, t = 5.279^{***}$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 เช่นเดียวกัน ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วนระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางและความรักดีเชิงพฤติกรรม ($\beta = 0.141, t = 5.362^{***}$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 โดยค่า Adjust R² เท่ากับ 16.4, 37.9 และ 32.9 ของ ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความรักดีเชิงทัศนคติ และความรักดีเชิงพฤติกรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบอิทธิพล

	β	t-statistic	P-values
การทดสอบอิทธิพลทางตรง			
สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง -> ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง	0.407	9.476	0.000
สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง -> ความรักดีเชิงทัศนคติ	0.421	8.591	0.000
สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง -> ความรักดีเชิงพฤติกรรม	0.339	6.972	0.000
ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง -> ความรักดีเชิงทัศนคติ	0.311	6.465	0.000
ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง -> ความรักดีเชิงพฤติกรรม	0.346	6.645	0.000

ตารางที่ 6 (ต่อ)

	β	t-statistic	P-values
การทดสอบอิทธิพลทางอ้อม			
สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง -> ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง -> ความภักดีเชิงทัศนคติ	0.127	5.279	0.000
สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง -> ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง -> ความภักดีเชิงพฤติกรรม	0.141	5.362	0.000



รูปที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้าง

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือ t-statistic

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้สร้างแบบจำลองทางทฤษฎีของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรมของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ โดยใช้ตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง เพื่อทำความเข้าใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต การศึกษาพบว่า การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทางได้ การค้นพบนี้คล้ายคลึงกับงานวิจัยก่อนหน้านี้เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีนัยสำคัญระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง และความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง การศึกษาเชิงประจักษ์หลายชิ้นกล่าวว่า การรับรู้สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเชิงบวกของนักท่องเที่ยวสามารถ

กระตุ้นการมาเยือนอีกครั้งและการแนะนำความตั้งใจ (ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติ) หรือพฤติกรรม (ความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรม) ได้โดยการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังในการเดินทางของพวกเขาในจุดหมายปลายทางเฉพาะ (Li et al., 2020; Suhartanto et al., 2020; Sun et al. 2013; Wang et al. 2020; Yolal et al. 2017)

สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจะกระตุ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ การค้นพบความสัมพันธ์ของสาเหตุมีสอดคล้องกับ Cheng et al. (2013) ที่แสดงผลการศึกษาให้เห็นว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ถูกดึงดูดอย่างมากต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อความภาคภูมิใจ (Campos-Soria et al., 2021; Kang et al., 2012; Stoffelen et al., 2020) เมื่อสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางเสื่อมโทรมลง ความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวก็ลดลงไปด้วย ในที่สุดความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางก็หายไป ดังนั้นการแสดงผลพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ จึงเป็นสิ่งที่ช่วยลดผลกระทบด้านลบต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ร้ายแรง นอกจากนี้ ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติ และความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบอีกด้วย จากมุมมองของการพัฒนาที่ยั่งยืนของจุดหมายปลายทาง ความภาคภูมิใจต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการปกป้องสิ่งแวดล้อมในการชื่นชมทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนในรุ่นต่อ ๆ ไป (Chen et al., 2020) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความภาคภูมิใจต่อจุดหมายปลายทางได้รับการปฏิบัติเหมือนเป็นอารมณ์ทางศีลธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องปกป้องสิ่งแวดล้อม (O'Connor, 2021)

จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางเชิงบวกจำเป็นต้องปกป้องทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนเพื่อกระตุ้น ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติ และความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้จากความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง ช่วยเสริมช่องว่างการวิจัยในความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติ และความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรมในบริบทจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเน้นย้ำถึงความสำคัญของการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทรัพยากรเพื่อความน่าดึงดูดใจและความจงรักภักดีของจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางมีบทบาทเป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง และความภาคภูมิใจของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งยืนยันว่าตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนอง (Mehrabian & Russell, 1974) สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความภาคภูมิใจเชิงทัศนคติ

และความรักดีเชิงพฤติกรรมของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางสามารถกระตุ้นการรับรู้ของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงเกิดกลไกจากการรับรู้ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง จึงทำให้เกิดความรักดีของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับรากฐานของตัวแบบตัวกระตุ้น-กลไก-การตอบสนองอย่างสมบูรณ์ (Wang et al., 2024a; Wang et al. 2024b; Zhai et al., 2020)

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

กลยุทธ์การใช้ความน่าดึงดูดของจุดหมายปลายทางเพื่อส่งเสริมความรักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อ้างอิงจากผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าสิ่งดึงดูดในจุดหมายปลายทางย่อมทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทั้งนี้ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายการจัดการเพื่อสร้างนโยบายที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและความยั่งยืน เช่น การรักษาภาพลักษณ์ที่เป็นความดั้งเดิมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น และการกำหนดใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะมีพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นพื้นฐาน สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการหลีกเลี่ยงการคุกคามธรรมชาติและวัฒนธรรมในจุดหมายปลายทาง เกิดความรักดีและมีความรับผิดชอบต่อสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันในด้านการพัฒนากลยุทธ์การตลาด จำเป็นต้องเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจและความยั่งยืน และวางเป้าหมายในการเพิ่มความรักดีของจุดหมายปลายทาง และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสร้างสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากรของสถานที่ หรือมีส่วนช่วยให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้น เช่น การสร้างความรักดีให้กับนักท่องเที่ยวรับผิดชอบ เช่น มีส่วนลดสำหรับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำ เป็นต้น

ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดำเนินการที่จำเป็นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ อย่างไรก็ตามภัยคุกคามที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมเชิงลบของนักท่องเที่ยวต่อทรัพยากรของโลกจะต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ภัยคุกคามจากการไม่มีจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนสามารถเสริมสร้างพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความรักดี การเห็นผู้อื่นมีส่วนร่วมในพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบสามารถจูงใจผู้อื่นให้มีส่วนร่วมในพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

งานวิจัยนี้มีส่วนสนับสนุนทางทฤษฎีและเป็นข้อเสนอแนะทางวิชาการ โดยโมเดล S-O-R ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรมได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยผลการวิจัยเหล่านี้มีส่วนสนับสนุนงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นตัวแปรต้นคือ สิ่งดึงดูดของจุดหมายปลายทาง ส่วนตัวแปรชั้นกลางคือ ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง และตัวแปรตามคือ ความภักดี ที่แสดงออกเป็นสองด้าน (ความภักดีเชิงทัศนคติ และความภักดีเชิงพฤติกรรม) ซึ่งผลลัพธ์แสดงและอธิบายได้ด้วยโมเดล S-O-R ใช้อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ โดยสิ่งดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้หากอธิบายตามโมเดล S-O-R ด้วยผลการวิจัยแสดงได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางทำให้เกิดความภักดีต่อจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ แม้ว่าการศึกษาครั้งนี้มีส่วนสนับสนุนเชิงวิชาการอย่างมาก แต่การศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดที่ชี้ให้นักวิชาการต้องพิจารณาการขอบเขตการวิจัยใหม่ ๆ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ถูกจำกัดด้วยการเน้นที่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพียงจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีวามหนาแน่นทางการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับสองของประเทศไทย การวิจัยในอนาคตที่สามารถเปรียบเทียบในจุดหมายปลายทางประเภทอื่น ๆ อาจมีประโยชน์ในการยืนยันผลการวิจัยเหล่านี้และสรุปแบบจำลองที่ได้นำเสนอผลลัพธ์ในการศึกษานี้ได้ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้การวิจัยในอนาคตอาจรวมถึงลักษณะคุณลักษณะของประชากรและสังคมที่แตกต่างกัน อาจจะช่วยพัฒนากลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management, 81*, 104154.
- Akgün, A. E., Senturk, H. A., Keskin, H., & Onal, I. (2020). The relationships among nostalgic emotion, destination images and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul. *Journal of Destination Marketing & Management, 16*, 100355.
- Akhshik, A., Rezapouraghdam, H., & Ramkissoon, H. (2022). Industrialization of nature in the time of complexity unawareness: The case of Chitgar Lake, Iran. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 46*(3), 583-606.

- Alrawadieh, Z., Alrawadieh, Z., & Kozak, M. (2019). Exploring the impact of tourist harassment on destination image, tourist expenditure, and destination loyalty. *Tourism management, 73*, 13-20.
- Bozic, S., Kennell, J., Vujicic, M. D., & Jovanovic, T. (2017). Urban tourist motivations: why visit Ljubljana?. *International Journal of Tourism Cities, 3*(4), 382-398.
- Campos-Soria, J. A., Núñez-Carrasco, J. A., & García-Pozo, A. (2021). Environmental concern and destination choices of tourists: Exploring the underpinnings of country heterogeneity. *Journal of Travel Research, 60*(3), 532-545.
- Chang, K. C. (2013). How reputation creates loyalty in the restaurant sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 25*(4), 536-557.
- Chen, M. H., Demir, E., García-Gómez, C. D., & Zaremba, A. (2020). The impact of policy responses to COVID-19 on US travel and leisure companies. *Annals of Tourism Research Empirical Insights, 1*(1), 100003.
- Cheng, T. M., C. Wu, H., & Huang, L. M. (2013). The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan. *Journal of Sustainable tourism, 21*(8), 1166-1187.
- Coetzee, W. J., & Pourfakhimi, S. (2020). Affective engagement as a contextual dimension for predicting intentions to revisit and recommend events—a multinational comparison. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 12*(3), 401-421.
- Culic, M., Vujicic, M. D., Kalinic, C., Dunjic, M., Stankov, U., Kovacic, S., ... & Andelkovic, Z. (2021). Rookie tourism destinations—the effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability, 13*(11), 5780.
- De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., & Napolitano, M. R. (2015). Tourism satisfaction effect on general country image, destination image, and post-visit intentions. *Journal of Vacation Marketing, 21*(4), 305-317.

- Dey, B., Mathew, J., & Chee-Hua, C. (2020). Influence of destination attractiveness factors and travel motivations on rural homestay choice: the moderating role of need for uniqueness. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 639-666.
- Gupta, V., Roy, H., & Sahu, G. (2022). HOW the tourism & hospitality lecturers coped with the transition to online teaching due to COVID-19: An assessment of stressors, negative sentiments & coping strategies. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 30, 100341.
- Hair, J., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. NJ: Prentice-Hall Publication.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Gudergan, S.P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equations Modeling (PLS-SEM)*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Huang, A. Y., Fisher, T., Ding, H., & Guo, Z. (2021). A network analysis of cross-occupational skill transferability for the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(12), 4215-4236.
- Kumar, D. M., Govindarajo, N. S., & Khen, M. H. S. (2020). Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty—practical, theoretical and policy implications to avitourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 83-101.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940-960.
- Kahraman, O. C., & Cifci, I. (2023). Modeling self-identification, memorable tourism experience, overall satisfaction and destination loyalty: Empirical evidence from small island destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 1001-1023.

- Kamboj, S., Sarmah, B., Gupta, S., & Dwivedi, Y. (2018). Examining branding co-creation in brand communities on social media: Applying the paradigm of Stimulus-Organism-Response. *International Journal of Information Management*, 39, 169-185.
- Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International journal of hospitality management*, 31(2), 564-572.
- Kim, M. S., Thapa, B., & Holland, S. (2018). Drivers of perceived market and eco-performance in the foodservice industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 720-739.
- Lee, J. S., Tsang, N., & Pan, S. (2015). Examining the differential effects of social and economic rewards in a hotel loyalty program. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 17-27.
- Lee, S. W., & Xue, K. (2020). A model of destination loyalty: Integrating destination image and sustainable tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(4), 393-408.
- Leo, G., Brien, A., Astor, Y., Najib, M., Novianti, S., Rafdinal, W., & Suhartanto, D. (2021). Attraction loyalty, destination loyalty, and motivation: agritourist perspective. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1244-1256.
- Li, T. T., Liu, F., & Soutar, G. N. (2021). Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100547.
- Li, T., Liao, C., Law, R., & Zhang, M. (2023). An integrated model of destination attractiveness and tourists' environmentally responsible behavior: the mediating effect of place attachment. *Behavioral Sciences*, 13(3), 264.
- Li, Y., Huang, S. S., & Song, L. (2020). Opportunity and necessity entrepreneurship in the hospitality sector: Examining the institutional environment influences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100665.

- Lin, Y. H., & Lee, T. H. (2020). How the authentic experience of a traditional cultural festival affects the attendee's perception of festival identity and place identity. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(3), 357-373.
- Lu, C. S., Weng, H. K., Chen, S. Y., Chiu, C. W., Ma, H. Y., Mak, K. W., & Yeung, T. C. (2020). How port aesthetics affect destination image, tourist satisfaction and tourist loyalty?. *Maritime Business Review*, 5(2), 211-228.
- Lv, X., & McCabe, S. (2020). Expanding theory of tourists' destination loyalty: The role of sensory impressions. *Tourism management*, 77, 104026.
- Maghrifani, D., Liu, F., & Sneddon, J. (2022). Understanding potential and repeat visitors' travel intentions: the roles of travel motivations, destination image, and visitor image congruity. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1121-1137.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). A verbal measure of information rate for studies in environmental psychology. *Environment and Behavior*, 6(2), 233.
- Mody, M., Day, J., Sydnor, S., Lehto, X., & Jaffé, W. (2017). Integrating country and brand images: Using the product—Country image framework to understand travelers' loyalty towards responsible tourism operators. *Tourism Management Perspectives*, 24, 139-150.
- Mursid, A., & Anoraga, P. (2022). Halal destination attributes and revisits intention: the role of destination attractiveness and perceived value. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 513-528.
- Najar, A. H., & Rather, A. H. (2023). Assessing the relationship of perceived risks with destination image and destination loyalty: a tourist's perspective visiting volatile destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(3), 1357-1379.
- Nasir, N. F., Nasir, M. A., Nasir, M. N. F., & Nasir, M. F. (2020). Understanding of domestic tourism in Malaysia: A qualitative study. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 2(9), 624-632.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2016). Stakeholders' views of enclave tourism: A grounded theory approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(5), 557-558.

- O'Connor, N. (2021). Using active learning strategies on travel and tourism higher education programmes in Ireland. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29, 100326.
- Padrón-Ávila, H., Croes, R., & Rivera, M. (2022). Activities, destination image, satisfaction and loyalty in a small island destination. *Tourism Review*, 77(1), 302-321.
- Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Payini, V., Woosnam, K. M., Mallya, J., & Gopalakrishnan, P. (2020). Visitors' place attachment and destination loyalty: Examining the roles of emotional solidarity and perceived safety. *Journal of travel research*, 59(1), 3-21.
- Pompurová, K., Šimočková, I., & Rialti, R. (2024). Defining domestic destination attractiveness: Gen-Y and Gen-Z perceptions. *Current Issues in Tourism*, 27(12), 2004-2022.
- Promsivapallop, P., & Kannaovakun, P. (2017). A comparative assessment of destination image, travel risk perceptions and travel intention by young travellers across three ASEAN countries: A study of German students. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 634-650.
- Ragb, H., Mahrous, A. A., & Ghoneim, A. (2020). A proposed measurement scale for mixed-images destinations and its interrelationships with destination loyalty and travel experience. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100677.
- Ramkissoon, H., Mavondo, F., & Uysal, M. (2018). Social involvement and park citizenship as moderators for quality-of-life in a national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 341-361.
- Reitsamer, B. F., Brunner-Sperdin, A., & Stokburger-Sauer, N. E. (2016). Destination attractiveness and destination attachment: The mediating role of tourists' attitude. *Tourism Management Perspectives*, 19, 93-101. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.003>
- Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer loyalty: A guide for time travelers*. Palgrave Macmillan.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Treating unobserved heterogeneity in PLS-SEM: A multi-method approach. *Partial least squares path modeling: Basic concepts, methodological issues and applications*, 197-217.

- Soonsan, N., & Somkai, U. (2022). Linking perceived destination image and revisiting intention: A cross-cultural study of Chinese and Australian tourists. *Journal of China Tourism Research, 18*(4), 689-709.
- Soonsan, N., & Sungthong, S. (2020). Country Image and Destination Image in Thailand: Western Tourists' Perspective. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy, 4*(2), 119-140.
- Soonsan, N., & Sungthong, S. (2020). The role of cognitive and affective destination image to satisfaction and word-of-mouth among Eastern tourists. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences, 40*(4), 83-98.
- Stoffelen, A., Adiyia, B., Vanneste, D., & Kotze, N. (2020). Post-apartheid local sustainable development through tourism: an analysis of policy perceptions among 'responsible' tourism stakeholders around Pilanesberg National Park, South Africa. *Journal of Sustainable Tourism, 28*(3), 414-432.
- Stumpf, S., Peters, A., Bardzell, S., Burnett, M., Busse, D., Cauchard, J., & Churchill, E. (2020). Gender-inclusive HCI research and design: A conceptual review. *Foundations and Trends® in Human-Computer Interaction, 13*(1), 1-69.
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism management, 58*, 184-195.
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., & Tasci, A. D. (2022). The effect of resident-tourist interaction quality on destination image and loyalty. *Journal of Sustainable Tourism, 30*(6), 1219-1239.
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., Ivkov, M., & Kim, S. S. (2020). Destination loyalty explained through place attachment, destination familiarity and destination image. *International Journal of Tourism Research, 22*(5), 604-616.
- Suhartanto, D., Dean, D., T. Chen, B., & Kusdibyoy, L. (2020). Tourist experience with agritourism attractions: what leads to loyalty?. *Tourism Recreation Research, 45*(3), 364-375.

- Sun, K., Cao, X., & Xing, Z. (2021). Can the Diffusion Modes of Green Technology Affect the Enterprise's Technology Diffusion Network towards Sustainable Development of Hospitality and Tourism Industry in China?. *Sustainability*, 13(16), 9266.
- Wang, S., Berbekova, A., Uysal, M., & Wang, J. (2024b). Emotional solidarity and co-creation of experience as determinants of environmentally responsible behavior: A stimulus-organism-response theory perspective. *Journal of Travel Research*, 63(1), 115-135.
- Wang, X., Guchait, P., & Paşamehmetoğlu, A. (2020). Tolerating errors in hospitality organizations: relationships with learning behavior, error reporting and service recovery performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2635-2655.
- Wang, X., Wang, L. J., Wu, W., Chen, Y., & Tian, R. (2024a). Tourists' environmentally responsible behavior: A new path of sustainable development of grassland tourism. *Business Strategy and the Environment*, 33(3), 2143-2158.
- Wang, Z., Udomwong, P., Fu, J., & Onpium, P. (2023). Destination image: A review from 2012 to 2023. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2240569.
- Wu, J., Wu, H. C., Hsieh, C. M., & Ramkissoon, H. (2022). Face consciousness, personal norms, and environmentally responsible behavior of Chinese tourists: Evidence from a lake tourism site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 148-158.
- Xu, Z., & Zhang, J. (2016). Antecedents and consequences of place attachment: A comparison of Chinese and Western urban tourists in Hangzhou, China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(2), 86-96.
- Yolal, M., Chi, C. G. Q., & Pesämaa, O. (2017). Examine destination loyalty of first-time and repeat visitors at all-inclusive resorts. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1834-1853.
- Yin, J., Cheng, Y., Bi, Y., & Ni, Y. (2020). Tourists perceived crowding and destination attractiveness: The moderating effects of perceived risk and experience quality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100489.

- Zhai, X., Luo, Q., & Wang, L. (2020). Why tourists engage in online collective actions in times of crisis: Exploring the role of group relative deprivation. *Journal of destination marketing & management*, 16, 100414.
- Zaman, U., & Aktan, M. (2021). Examining residents' cultural intelligence, place image and foreign tourist attractiveness: A mediated-moderation model of support for tourism development in Cappadocia (Turkey). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 393-404.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2016). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40(1), 213–223.

อธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย: แนวทางสร้างสมดุลด้านความมั่นคง สิทธิพลเมือง
และเศรษฐกิจสำหรับประเทศกำลังพัฒนา

India's Digital Sovereignty: Lessons for Developing Nations in Balancing Security,
Civil Rights, and Economic Sovereignty

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว¹ ทนงศักดิ์ ศิริยงค์² และณัฐกิตติ์ สุขสำราญ³

Kiatanantha Lounkaew¹, Tanongsak Siriyong² and Natthakit Suksamran³

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย¹

บริษัท ไมล์ส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด ประเทศไทย^{2,3}

Faculty of Economics, Thammasat University, Thailand¹

Miles Consulting Group Co.,Ltd., Thailand^{2,3}

Corresponding author: klounakew@econ.tu.ac.th¹

วันที่รับบทความ 3 ธันวาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ 23 ธันวาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ 24 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้วิเคราะห์การแสวงหาอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย ซึ่งเป็นกรณีศึกษาสำหรับประเทศกำลังพัฒนาในการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคง สิทธิพลเมือง และอธิปไตยทางเศรษฐกิจ การศึกษาพบว่าแนวทางของอินเดียมีลักษณะเด่นสามประการ ได้แก่ ข้อกำหนดการจำกัดเก็บข้อมูลภายในประเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึงจากต่างชาติโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลภายในประเทศอย่าง UPI และ Aadhaar และการปกป้องสินทรัพย์ดิจิทัลสำคัญจากการควบคุมของต่างชาติ อินเดียพยายามสร้างแนวทางที่เป็นทางเลือกที่สามระหว่างแนวทางเสรีนิยมของสหรัฐอเมริกาและแนวทางรัฐนำของจีน อย่างไรก็ตาม การดำเนินการเผชิญความท้าทายทั้งด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ การสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อกังวลเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิพลเมือง จากกรณีศึกษาครั้งนี้ บทความเสนอแนะว่าประเทศกำลังพัฒนาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากฎหมายที่ทันสมัยและยืดหยุ่น การสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาคเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่เป็นของตนเอง และการสร้างกลไกถ่วงดุลระหว่างการควบคุมของรัฐกับสิทธิพลเมือง ประสบการณ์ของอินเดียให้บทเรียนสำคัญในการสร้างอธิปไตยทางดิจิทัลที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับหลักประชาธิปไตย

คำสำคัญ: อธิปไตยทางดิจิทัล เศรษฐกิจดิจิทัล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ สิทธิดิจิทัล ความเป็นอิสระทางเทคโนโลยี

Abstract

This article analyzes India's pursuit of digital sovereignty as a case study for developing nations in balancing security, civil rights, and economic sovereignty. The study finds that India's approach is characterized by three key features: domestic data localization requirements to prevent foreign access, particularly from the United States, development of domestic digital infrastructure such as UPI and Aadhaar, and protection of critical digital assets from foreign control. India attempts to establish a third way between the US market-driven approach and China's state-centric approach. However, implementation faces challenges in policy execution, establishing economic balance among stakeholders, and addressing civil rights concerns. Based on this case study, the article recommends that developing nations should prioritize developing modern and flexible legal frameworks, building regional cooperation to increase bargaining power, promoting sovereign digital infrastructure development, and establishing mechanisms to balance state control with civil rights. India's experience provides valuable lessons for establishing sustainable digital sovereignty aligned with democratic principles.

Keywords: Digital sovereignty, digital economy, cybersecurity, digital rights, technological independence

บทนำ

อริปไตยทางดิจิทัลได้กลายเป็นประเด็นสำคัญระดับชาติในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงทุกมิติของสังคมและเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและการผูกขาดโดยบริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่ระดับโลกได้สร้างความท้าทายใหม่ต่ออริปไตยของรัฐ โดยเฉพาะในด้านการควบคุมข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่สำคัญ (Floridi, 2020) ความกังวลเกี่ยวกับการสอดแนมข้อมูลในระดับโลกและการเข้าถึงข้อมูลสำคัญโดยหน่วยงานต่างชาติได้ผลักดันให้หลายประเทศทบทวนนโยบายด้านความมั่นคงทางดิจิทัล (Moerel & Timmers, 2021) ในขณะเดียวกัน การผูกขาดตลาดโดยบริษัทเทคโนโลยีต่างชาติทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับการพึ่งพาแพลตฟอร์มดิจิทัลจากภายนอกและผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลภายในประเทศ ความสามารถในการควบคุมข้อมูล โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และเทคโนโลยีสำคัญจึงได้กลายเป็นปัจจัยกำหนดความมั่นคงและการพัฒนาของประเทศในศตวรรษที่ 21

ท่ามกลางความท้าทายเหล่านี้ อินเดียได้กลายเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจในการพัฒนาอริปไตยทางดิจิทัล ด้วยประชากรกว่า 1.4 พันล้านคนและระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีมูลค่าสูงถึง 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2565 อินเดียได้กลายเป็นตลาดดิจิทัลที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก (Vila Seoane, 2021) การดำเนิน

นโยบายด้านอริปไตยทางดิจิทัลของอินเดียมีลักษณะโดดเด่นหลายประการ โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของตนเอง เช่น ระบบการชำระเงินดิจิทัล Unified Payments Interface (UPI) ที่มีธุรกรรมมากกว่า 8.7 พันล้านรายการในปี 2565 และระบบยืนยันตัวตนทางชีวมิติ Aadhaar ที่ครอบคลุมประชากรกว่า 1.3 พันล้านคน (Sheikh, 2022) นโยบายเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดการพึ่งพาระบบต่างชาติ แต่ยังสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของประเทศกำลังพัฒนา

อินเดียยังได้พัฒนาแนวทางที่เป็นเอกลักษณ์ในการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมและการเปิดเสรี โดยได้กำหนดนโยบายการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศที่เข้มงวดควบคู่ไปกับการเปิดรับการลงทุนจากต่างชาติอย่างมีเงื่อนไข (Gupta & Sony, 2021) อินเดียพยายามสร้างทางเลือกที่สามระหว่างแนวทางที่ขับเคลื่อนด้วยตลาดของสหรัฐอเมริกาและแนวทางที่รัฐเป็นศูนย์กลางของจีน ซึ่งสะท้อนให้เห็นในนโยบายหลายด้าน ทั้งการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล และการส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีภายในประเทศ (Hoeffler & Mérand, 2024) ประสบการณ์ของอินเดียจึงให้บทเรียนสำคัญเกี่ยวกับการสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ การส่งเสริมนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการคุ้มครองสิทธิของพลเมือง

บทความนี้เป็นกรณีศึกษาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์อริปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย เพื่อสังเคราะห์บทเรียนและข้อเสนอแนะสำหรับประเทศกำลังพัฒนา โดยจะศึกษาผ่านมิติสำคัญห้าด้าน ได้แก่ การคุ้มครองข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศ อริปไตยทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงและการเฝ้าระวัง สิทธิพลเมืองและความเป็นส่วนตัว และการพัฒนาทักษะและการศึกษาดิจิทัล (Belli, 2023) การศึกษาจะครอบคลุมทั้งความสำเร็จ ความท้าทาย และข้อขัดแย้งในการดำเนินนโยบาย เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ เนื้อหาในส่วนที่เหลือของบทความจะเริ่มจากการอภิปรายกรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตามด้วยการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และมิติสำคัญของอริปไตยทางดิจิทัล การศึกษาความท้าทายและข้อขัดแย้งในการดำเนินนโยบาย และปิดท้ายด้วยข้อเสนอแนะสำหรับประเทศกำลังพัฒนา

กรอบแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม

อริปไตยทางดิจิทัลเป็นแนวคิดที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศกำลังพัฒนาที่ต้องการปกป้องผลประโยชน์ทางดิจิทัลของตนจากการครอบงำของประเทศมหาอำนาจและบริษัทข้ามชาติ แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาและตีความหลายมิติ ทั้งในแง่ของการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การปกป้องข้อมูล และการรักษาอำนาจอริปไตยในยุคดิจิทัล (Pohle & Thiel, 2020) การทำความเข้าใจพัฒนาการของแนวคิดนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งมิติทางประวัติศาสตร์ การเมือง และเศรษฐกิจ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ เอกชน และพลเมืองในยุคดิจิทัล

การทำความเข้าใจอธิปไตยทางดิจิทัล

แนวคิดเรื่องอธิปไตยทางดิจิทัลได้รับการพัฒนาและตีความจากนักวิชาการหลายสำนักความคิด โดยมีการนำเสนอมุมมองที่แตกต่างและเติมเต็มซึ่งกันและกัน Pohle and Thiel (2020) เสนอว่าอธิปไตยทางดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความสามารถของรัฐในการควบคุมและกำกับดูแลพื้นที่ดิจิทัลภายในขอบเขตอำนาจของตน ในขณะที่ Floridi (2020) ขยายความคิดนี้โดยเน้นว่าอธิปไตยทางดิจิทัลควรครอบคลุมทั้งมิติทางเทคนิค เศรษฐกิจ และสังคม ด้าน Moerel and Timmers (2021) มองว่าอธิปไตยทางดิจิทัลเป็นเรื่องของการรักษาความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระในประเด็นสำคัญทางดิจิทัล ส่วน Celeste (2021) เพิ่มเติมมิติด้านสิทธิและเสรีภาพของพลเมืองเข้าไปในการพิจารณาอธิปไตยทางดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในการรับรู้เกี่ยวกับอธิปไตยทางดิจิทัลเกิดขึ้นหลังจากการเปิดเผยข้อมูลของ Edward Snowden ในปี 2556 เกี่ยวกับการสอดแนมทางดิจิทัลในระดับโลกโดยหน่วยงานความมั่นคงของสหรัฐอเมริกา เหตุการณ์นี้ทำให้หลายประเทศ รวมถึงอินเดีย ตระหนักถึงความเสี่ยงของการพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ควบคุมโดยต่างชาติ (Celeste, 2021) ความเสี่ยงที่สำคัญจากการเข้าถึงข้อมูลโดยสหรัฐอเมริกาครอบคลุมหลายด้าน ทั้งการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของพลเมืองอินเดียผ่านบริษัทเทคโนโลยีสัญชาติอเมริกัน การสอดแนมข้อมูลการสื่อสารและธุรกรรมทางการเงินผ่านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ควบคุมโดยสหรัฐฯ ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลที่มีความอ่อนไหวด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจของประเทศ นำไปสู่การพัฒนานโยบายและกฎหมายที่มุ่งเน้นการปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของพลเมือง

การถกเถียงทางวิชาการเกี่ยวกับขอบเขตของอธิปไตยทางดิจิทัลยังได้รับการพัฒนาต่อโดย Roberts et al. (2021) ที่เสนอกรอบการวิเคราะห์แบบหลายชั้น (Layered approach) ซึ่งแบ่งอธิปไตยทางดิจิทัลออกเป็นชั้นต่าง ๆ ตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพไปจนถึงชั้นของการบริการและเนื้อหา ในขณะที่ Autolitano and Pawlowska (2021) เน้นความสำคัญของการสร้างความสมดุลระหว่างการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติกับการรักษาไว้ซึ่งการเชื่อมต่อและการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ด้าน Lehedé (2024) มองอธิปไตยทางดิจิทัลในมุมของการต่อต้านการครอบงำทางดิจิทัลจากประเทศมหาอำนาจ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของอธิปไตยทางดิจิทัลได้ 5 ประการ ได้แก่ (1) อำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลพื้นที่ดิจิทัล (2) ความสามารถในการพัฒนาและจัดการโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (3) การคุ้มครองข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของพลเมือง (4) การรักษาความมั่นคงทางไซเบอร์ และ (5) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลภายในประเทศ นอกจากนี้ นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าอธิปไตยทางดิจิทัลไม่ควรนำไปสู่การแยกตัวออกจากระบบดิจิทัลโลก แต่ควรมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองและการมีอำนาจต่อรองที่เท่าเทียมในระบบดิจิทัลระหว่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อถกเถียงสำคัญเกี่ยวกับขอบเขตและวิธีการในการสร้างอธิปไตยทางดิจิทัล โดยเฉพาะในประเด็นความสมดุลระหว่างการควบคุมของรัฐกับสิทธิเสรีภาพของพลเมือง และการสร้างดุลยภาพระหว่างการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการแข่งขัน Monsees and

Lambach (2022) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการตีความอริปไตยทางดิจิทัลที่แตกต่างกันนำไปสู่แนวทางการดำเนินนโยบายที่หลากหลาย ตั้งแต่แนวทางเสรีนิยมที่เน้นการเปิดกว้างและการแข่งขัน ไปจนถึงแนวทางชาตินิยมที่เน้นการควบคุมและการพึ่งพาตนเอง

จุดยืนของอินเดียในบริบทการถกเถียงเรื่องอริปไตยทางดิจิทัลระดับโลก

การกำหนดจุดยืนด้านอริปไตยทางดิจิทัลของอินเดียมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนถึงความท้าทายและโอกาสของประเทศกำลังพัฒนาในการสร้างตำแหน่งแห่งที่ของตนในระบบดิจิทัลโลก Roberts et al. (2021) วิเคราะห์ว่าอินเดียกำลังพัฒนารูปแบบการกำกับดูแลดิจิทัลที่เป็นทางเลือกที่สาม (Third way) ระหว่างแนวทางเสรีนิยมของสหรัฐอเมริกาและแนวทางควบคุมเข้มงวดของจีน ในขณะที่ Hoeffler and Mérand (2024) ชี้ให้เห็นว่าจุดยืนนี้สะท้อนความพยายามในการรักษาสมดุลระหว่างการเปิดรับนวัตกรรมและการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ ด้าน Lehuédé (2024) มองว่าจุดยืนของอินเดียเป็นส่วนหนึ่งของการต่อต้านการครอบงำทางดิจิทัลจากประเทศมหาอำนาจ

ในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ อินเดียได้แสดงบทบาทสำคัญในการผลักดันวาระอริปไตยทางดิจิทัลในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา Gromova and Brantes Ferreira (2024) วิเคราะห์ว่าการทำงานร่วมกันในกลุ่ม BRICS กำลังนำไปสู่การพัฒนาทางเลือกใหม่ในด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและมาตรฐานการกำกับดูแล สอดคล้องกับ Flonk et al. (2024) ที่พบว่าความร่วมมือนี้มีเป้าหมายในการลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากตะวันตกและสร้างอำนาจต่อรองในเวทีระหว่างประเทศ ขณะที่ Sheikh (2022) ชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จของระบบการชำระเงินดิจิทัลของอินเดียได้กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาระบบที่คล้ายคลึงกันในประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ

ในมิติความสัมพันธ์กับบริษัทเทคโนโลยีต่างชาติ อินเดียได้พัฒนาแนวทางที่เป็นเอกลักษณ์ในการสร้างสมดุลระหว่างการดึงดูดการลงทุนกับการรักษาอำนาจในการกำกับดูแล Monsees and Lambach (2022) วิเคราะห์ว่าอินเดียใช้ขนาดของตลาดภายในประเทศเป็นอำนาจต่อรองกับบริษัทต่างชาติ ในขณะที่ Gupta and Sony (2021) ชี้ให้เห็นว่านโยบายการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศและการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลของอินเดียมีลักษณะประนีประนอมมากกว่าการปิดกั้นโดยสิ้นเชิง

การวิเคราะห์จุดยืนของอินเดียจากนักวิชาการข้างต้นสะท้อนให้เห็นลักษณะสำคัญสี่ประการ ได้แก่ (1) การพยายามสร้างทางเลือกที่สามที่สอดคล้องกับค่านิยมประชาธิปไตยและเป้าหมายการพัฒนา (2) การใช้ความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการเพิ่มอำนาจต่อรอง (3) การใช้ขนาดของตลาดภายในประเทศเป็นแต้มต่อในการเจรจากับบริษัทต่างชาติ และ (4) การรักษาสมดุลระหว่างการเปิดรับและการควบคุม อย่างไรก็ตาม Belli (2023) เตือนว่าจุดยืนนี้ยังมีความท้าทายในการนำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการสร้างความสอดคล้องระหว่างนโยบายที่หลากหลายและการรักษาสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ

จุดยืนของอินเดียยังสะท้อนให้เห็นพัฒนาการของแนวคิดอริปไตยทางดิจิทัลในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา Vila Seoane (2021) ชี้ให้เห็นว่าอินเดียกำลังพัฒนาแนวทางที่ไม่เพียงมุ่งเน้นการปกป้องอริปไตย แต่ยังรวมถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนานวัตกรรมภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ

การวิเคราะห์ของ Celeste (2021) ที่มองว่าอธิปไตยทางดิจิทัลในยุคปัจจุบันไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการควบคุมและการป้องกัน แต่ควรรวมถึงการสร้างโอกาสและการพัฒนาศักยภาพของประเทศ

การเปลี่ยนผ่านของการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตและอธิปไตยทางดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงในการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตสะท้อนให้เห็นวิวัฒนาการของแนวคิดเรื่องอธิปไตยทางดิจิทัล โดยนักวิชาการได้วิเคราะห์การเปลี่ยนผ่านนี้ในหลายมิติ Pohle and Santaniello (2024) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย (Multistakeholderism) ไปสู่การเน้นอธิปไตยทางดิจิทัลที่รัฐมีบทบาทนำมากขึ้น ในขณะที่ Flonk et al. (2024) วิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นผลมาจากความกังวลด้านความมั่นคงและการแข่งขันทางภูมิรัฐศาสตร์ที่เพิ่มขึ้น ด้าน Donnelly et al. (2024) มองว่าการเปลี่ยนผ่านนี้สะท้อนการตื่นตัวของรัฐในการปกป้องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญประการหนึ่งคือการปรับเปลี่ยนบทบาทของรัฐในการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ต Gromova and Brantes Ferreira (2024) พบว่าประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในกลุ่ม BRICS กำลังพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่เน้นการควบคุมโดยรัฐมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Heidebrecht (2024) ที่ชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงจากแนวทางเสรีนิยมทางการตลาดไปสู่การแทรกแซงของภาครัฐที่มากขึ้นในการกำกับดูแลข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ขณะที่ Leese (2024) วิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการรักษาระเบียบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านนี้ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างราบรื่น Vila Seoane (2021) ชี้ให้เห็นความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ของกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะระหว่างรัฐ บริษัทเทคโนโลยี และภาคประชาสังคม ขณะที่ Belli (2023) เสนอแนวคิด "อธิปไตยทางดิจิทัลที่ดี" (Good digital sovereignty) ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมของรัฐกับการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ Sheikh (2022) ยังชี้ให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลสาธารณะที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาระดับต้น สามารถสรุปลักษณะสำคัญของการเปลี่ยนผ่านได้สามประการ ได้แก่ (1) การเพิ่มบทบาทของรัฐในการกำกับดูแลพื้นที่ดิจิทัล (2) การให้ความสำคัญกับความมั่นคงและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น และ (3) การพยายามสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมกับการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ยังพบว่า การเปลี่ยนผ่านนี้มีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยประเทศกำลังพัฒนามักเน้นการสร้างความเป็นอิสระและการลดการพึ่งพาต่างชาติ ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วมุ่งเน้นการรักษาความได้เปรียบทางเทคโนโลยีและการปกป้องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

มิติทางชีวการเมืองของอธิปไตยทางดิจิทัล

มิติทางชีวการเมืองของอธิปไตยทางดิจิทัลเป็นประเด็นที่นักวิชาการให้ความสนใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการและควบคุมประชากร Floridi (2020) นำเสนอการวิเคราะห์ที่ชี้ให้เห็นว่าอธิปไตยทางดิจิทัลในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการควบคุมข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐาน แต่ขยายไปสู่การควบคุมร่างกายและพฤติกรรมของพลเมืองผ่านระบบดิจิทัล สอดคล้องกับ Vila Seoane (2021)

ที่วิเคราะห์ว่าการใช้เทคโนโลยีชีวมิติและระบบติดตามดิจิทัลกำลังสร้างรูปแบบใหม่ของการกำกับดูแลประชากร ขณะที่ Lehedé (2024) เสนอว่าการควบคุมทางชีวการเมืองผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอำนาจรัฐสมัยใหม่

กรณีของระบบ Aadhaar ในอินเดียเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของมิติทางชีวการเมืองในอริปไตยทางดิจิทัล Belli (2023) วิเคราะห์ว่าการที่รัฐบาลอินเดียกำหนดให้ประชาชนต้องใช้ Aadhaar ในการเข้าถึงบริการภาครัฐและธุรกรรมสำคัญต่าง ๆ เป็นการแสดงออกถึงอำนาจในการควบคุมและจัดการประชากรผ่านเครื่องมือดิจิทัล Gupta and Sony (2021) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าระบบนี้ไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการยืนยันตัวตน แต่ยังเป็นกลไกในการเก็บข้อมูล ติดตาม และจัดการพฤติกรรมของประชากร สอดคล้องกับ Monsees and Lambach (2022) ที่มองว่าระบบชีวมิติระดับชาติเช่นนี้กำลังเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับพลเมืองในยุคดิจิทัล

มิติทางชีวการเมืองยังสะท้อนให้เห็นความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกับการคุ้มครองสิทธิของประชาชน Roberts et al. (2021) วิเคราะห์ว่าแม้ระบบดิจิทัลจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการบริการสาธารณะ แต่ก็สร้างความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ด้าน Celeste (2021) เสนอว่าการใช้เทคโนโลยีชีวมิติและระบบติดตามดิจิทัลต้องอยู่ภายใต้กรอบธรรมาภิบาลที่เข้มแข็งและโปร่งใส ขณะที่ Hoeffler and Mérand (2024) เน้นความสำคัญของการสร้างกลไกตรวจสอบถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์มิติทางชีวการเมืองจากนักวิชาการข้างต้นสะท้อนให้เห็นประเด็นสำคัญสี่ประการ ได้แก่ (1) การขยายตัวของอำนาจรัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล (2) การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับพลเมือง (3) ความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพกับสิทธิเสรีภาพ และ (4) ความจำเป็นในการพัฒนากลอบธรรมาภิบาลที่เหมาะสม นอกจากนี้ Sheikh (2022) ยังเสนอว่าการพัฒนาระบบดิจิทัลที่มีมิติทางชีวการเมืองควรคำนึงถึงความเป็นธรรมและการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบางในสังคม เพื่อป้องกันการเกิดการกีดกันทางดิจิทัล

ประสบการณ์ของอินเดียในการพัฒนาระบบ Aadhaar และระบบดิจิทัลอื่น ๆ ที่มีมิติทางชีวการเมืองให้บทเรียนสำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในการออกแบบนโยบายที่สามารถส่งเสริมทั้งประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการคุ้มครองสิทธิของประชาชน Gromova and Brantes Ferreira (2024) เสนอว่าความสำเร็จในการจัดการมิติทางชีวการเมืองของอริปไตยทางดิจิทัลขึ้นอยู่กับ การสร้างความสมดุลระหว่างอำนาจรัฐ การมีส่วนร่วมของประชาชน และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน

แนวคิดเรื่องอริปไตยทางดิจิทัลที่ดี

ท่ามกลางการถกเถียงเกี่ยวกับรูปแบบที่เหมาะสมของอริปไตยทางดิจิทัล แนวคิดเรื่อง "อริปไตยทางดิจิทัลที่ดี (Good Digital Sovereignty)" ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อสร้างกรอบการดำเนินนโยบายที่สมดุลและยั่งยืน Belli (2023) เสนอว่าอริปไตยทางดิจิทัลที่ดีควรมุ่งเน้นการเสริมพลังให้กับประชาชนและชุมชน ไม่ใช่เพียงการเพิ่มอำนาจควบคุมของรัฐ สอดคล้องกับ Roberts et al. (2021) ที่เน้นความสำคัญของการสร้าง

สมดุระหว่างความมั่นคงของรัฐกับสิทธิของพลเมือง ขณะที่ Lehedé (2024) มองว่าอริปไตยทางดิจิทัลที่ดีต้องส่งเสริมทั้งความเป็นอิสระทางเทคโนโลยีและการพัฒนาที่ครอบคลุม

ในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล Monsees and Lambach (2022) วิเคราะห์ว่าอริปไตยทางดิจิทัลที่ดีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะที่เข้าถึงได้และเป็นธรรม โดย Vila Seoane (2021) ชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ของอินเดียในการพัฒนาระบบ UPI และ IndiaStack แสดงให้เห็นว่าการสร้างโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลสาธารณะสามารถส่งเสริมทั้งอริปไตยทางดิจิทัลและการพัฒนาเศรษฐกิจที่ครอบคลุม ด้าน Sheikh (2022) เน้นย้ำว่าความสำเร็จของระบบเหล่านี้มาจากการออกแบบที่คำนึงถึงบริบทท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ

การกำกับดูแลและธรรมาภิบาลเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญของอริปไตยทางดิจิทัลที่ดี Hoeffler and Mérand (2024) เสนอกรอบการกำกับดูแลที่เน้นความโปร่งใส การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบ ขณะที่ Celeste (2021) ชี้ให้เห็นความสำคัญของการสร้างกลไกตรวจสอบถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Flonk et al. (2024) ที่เน้นการพัฒนากรอบกฎหมายและระเบียบที่ทันสมัยและยืดหยุ่น

จากการวิเคราะห์ของนักวิชาการข้างต้น สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของอริปไตยทางดิจิทัลที่ดีได้ห้าประการ ได้แก่:

1. การเสริมพลังประชาชน (Citizen Empowerment) ผ่านการให้ความรู้ การมีส่วนร่วม และการเข้าถึงเทคโนโลยี
2. ความครอบคลุมและความเป็นธรรม (Inclusivity and Fairness) ในการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
3. ธรรมาภิบาลที่มีประสิทธิภาพ (Effective Governance) รวมถึงความโปร่งใสและการตรวจสอบได้
4. การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Collaboration) ในการกำหนดและดำเนินนโยบาย

อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดอริปไตยทางดิจิทัลที่ดีไปปฏิบัติยังมีความท้าทายหลายประการ Gupta and Sony (2021) ชี้ให้เห็นข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความสามารถของประเทศกำลังพัฒนา ขณะที่ Gromova and Brantes Ferreira (2024) เน้นความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย นอกจากนี้ Donnelly et al. (2024) ยังเตือนว่าการแข่งขันทางภูมิรัฐศาสตร์และแรงกดดันทางเศรษฐกิจอาจทำให้ประเทศต่าง ๆ ละเลยหลักการของอริปไตยทางดิจิทัลที่ดี

ประสบการณ์ของอินเดียในการพัฒนาอริปไตยทางดิจิทัลแสดงให้เห็นทั้งโอกาสและความท้าทายในการสร้างอริปไตยทางดิจิทัลที่ดี การผสมผสานระหว่างนโยบายที่เน้นการควบคุมกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะที่เข้าถึงได้สะท้อนความพยายามในการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงของรัฐกับการเสริมพลังให้ประชาชน บทเรียนนี้มีความสำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่กำลังพัฒนานโยบายอริปไตยทางดิจิทัลของตนเอง

ยุทธศาสตร์ธูปไทยทางดิจิทัลของอินเดีย: การวิเคราะห์มิติสำคัญและผลกระทบ

การพัฒนายุทธศาสตร์ธูปไทยทางดิจิทัลของอินเดียสะท้อนให้เห็นความพยายามของประเทศกำลังพัฒนาขนาดใหญ่ในการสร้างดุลยภาพระหว่างการรักษาอำนาจธูปไทย การพัฒนาเศรษฐกิจ และการคุ้มครองสิทธิของพลเมือง ด้วยประชากรกว่า 1.4 พันล้านคนและระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อินเดียจำเป็นต้องพัฒนายุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมและตอบสนองต่อความท้าทายที่หลากหลาย (Vila Seoane, 2021) ในขณะเดียวกัน การแข่งขันทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างมหาอำนาจเทคโนโลยี โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและจีน ยังทำให้อินเดียต้องระมัดระวังในการกำหนดจุดยืนและนโยบายของตน (Hoeffler & Mérand, 2024) นอกจากนี้ ประสบการณ์ในอดีตที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติยังผลักดันให้อินเดียมุ่งพัฒนาความสามารถและระบบนิเวศดิจิทัลของตนเอง ยุทธศาสตร์ธูปไทยทางดิจิทัลของอินเดียจึงมีความซับซ้อนและต้องพิจารณาหลายมิติประกอบกัน การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะนำเสนอมิติสำคัญสามด้านที่สะท้อนให้เห็นทั้งความสำเร็จและความท้าทายในการดำเนินนโยบาย รวมถึงบทเรียนสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ

มิติแรกและมีความสำคัญสูงสุดคือด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการรักษาธูปไทยในยุคดิจิทัล การตัดสินใจของอินเดียในการแบนแอปพลิเคชันจีนกว่า 200 แอปในปี 2563 สะท้อนให้เห็นความพร้อมในการดำเนินมาตรการที่เด็ดขาดเพื่อปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ (Flonk et al., 2024) มาตรการนี้ส่งผลกระทบต่อหลายด้าน ทั้งการกระทบความสัมพันธ์ทางการทูตกับจีน การสูญเสียการเข้าถึงแพลตฟอร์มยอดนิยมของผู้ใช้งานกว่า 200 ล้านคน และการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการในประเทศพัฒนาแอปพลิเคชันทดแทน นอกจากนี้ อินเดียยังได้เร่งพัฒนาความสามารถด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ผ่านการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะ การพัฒนากำลังคน และการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ (Gupta & Sony, 2021) โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์ความมั่นคงทางไซเบอร์แห่งชาติในปี 2564 และการลงทุนในการฝึกอบรมบุคลากรด้านความมั่นคงทางไซเบอร์กว่า 500,000 คนภายในปี 2568

มิติที่สองคือด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งแสดงให้เห็นความสำเร็จที่โดดเด่นในการพัฒนาระบบที่เป็นของตนเองและลดการพึ่งพาต่างชาติ ความสำเร็จของระบบ Unified Payments Interface (UPI) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจน โดยมีการเติบโตของธุรกรรมจาก 0.29 พันล้านรายการในปี 2561 เป็น 8.7 พันล้านรายการในปี 2565 คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (Sheikh, 2022) ระบบนี้ไม่เพียงช่วยลดการพึ่งพาระบบชำระเงินต่างชาติ แต่ยังส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนกว่า 300 ล้านคนที่ไม่เคยมีบัญชีธนาคารมาก่อน เช่นเดียวกับ IndiaStack ที่เป็นชุดโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลแบบเปิด ซึ่งช่วยสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่มีสตาร์ทอัพกว่า 10,000 ราย และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 50 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Vila Seoane, 2021)

มิติที่สามคือด้านสิทธิดิจิทัล ซึ่งยังคงเป็นความท้าทายสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อไป โดยเฉพาะในกรณีของระบบ Aadhaar ที่มีการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลชีวมิติของประชาชนกว่า 1.3 พันล้านคน (Floridi, 2020) ระบบนี้ได้ก่อให้เกิดการถกเถียงและการฟ้องร้องหลายคดี โดยเฉพาะประเด็นการบังคับใช้ในการเข้าถึงบริการพื้นฐาน การรั่วไหลของข้อมูลที่มีการรายงานกว่า 100 กรณีในช่วงห้าปีที่ผ่านมา และการใช้

ข้อมูลในการเฝ้าระวังโดยหน่วยงานรัฐ อินเดียได้พยายามตอบสนองต่อความท้าทายนี้ด้วยการพัฒนาพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในปี 2565 และการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลแห่งชาติ แต่การบังคับใช้กฎหมายและการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงกับสิทธิเสรีภาพยังคงเป็นประเด็นที่ต้องติดตาม (Belli, 2023)

การวิเคราะห์ทั้งสามมิติข้างต้นนำไปสู่ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ อินเดียประสบความสำเร็จในการพัฒนาความมั่นคงทางไซเบอร์และเศรษฐกิจดิจิทัล แต่ยังคงมีความท้าทายในด้านการคุ้มครองสิทธิดิจิทัล ประสบการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลที่ยั่งยืนจำเป็นต้องดำเนินการในสามแนวทางควบคู่กัน ได้แก่ การพัฒนาความมั่นคงทางไซเบอร์ควบคู่ไปกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีภายในประเทศ การขยายผลความสำเร็จของระบบดิจิทัลที่เป็นของตนเองไปสู่บริการด้านอื่น ๆ และการเร่งพัฒนากรอบกฎหมายและกลไกการคุ้มครองสิทธิดิจิทัลให้เข้มแข็งขึ้น (Hoeffler & Mérand, 2024) บทเรียนเหล่านี้มีความสำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่กำลังพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลของตนเอง โดยเฉพาะในการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมและสมดุล การใช้ประโยชน์จากขนาดของตลาดภายในประเทศ และการพัฒนาโลกกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ

มิติสำคัญของการพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย

การพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดียประกอบด้วยมิติที่สำคัญหลายด้าน สะท้อนถึงความพยายามของประเทศในการสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่มีความมั่นคง เป็นอิสระ และสอดคล้องกับค่านิยมประชาธิปไตย Vila Seoane (2021) ชี้ให้เห็นว่าการดำเนินการด้านอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดียไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการควบคุมข้อมูลหรือโครงสร้างพื้นฐาน แต่ยังครอบคลุมถึงการปกป้องสิทธิพลเมือง การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และการรักษาความมั่นคงของชาติในยุคดิจิทัล

การคุ้มครองข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศ

การกำหนดนโยบายการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์อธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย Donnelly et al. (2024) วิเคราะห์ว่านโยบายนี้มีเป้าหมายหลักสองประการ คือการปกป้องความเป็นส่วนตัวของพลเมืองและการรักษาอำนาจในการกำกับดูแลข้อมูลสำคัญของประเทศ ธนาคารกลางอินเดียได้กำหนดให้ข้อมูลการชำระเงินทั้งหมดต้องถูกจัดเก็บภายในประเทศ ขณะที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนดให้ "ข้อมูลส่วนบุคคลที่สำคัญ" ต้องถูกประมวลผลในอินเดียเท่านั้น

แนวคิดที่ว่า "ข้อมูลคือน้ำมันใหม่" ได้กลายเป็นหลักการสำคัญในการกำหนดนโยบายข้อมูลของอินเดีย Floridi (2020) อธิบายว่ารัฐบาลอินเดียมองว่าข้อมูลเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่ต้องได้รับการปกป้องและใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาประเทศ นโยบายการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศจึงไม่เพียงแต่เป็นเรื่องของความมั่นคง แต่ยังเกี่ยวข้องกับการรักษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศ

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้นโยบายการจัดเก็บข้อมูลภายในประเทศยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ Gupta and Sony (2021) ชี้ให้เห็นว่าบริษัทต่างชาติหลายแห่งแสดงความกังวลเกี่ยวกับต้นทุนและความซับซ้อนในการปฏิบัติตามข้อกำหนด ในขณะที่องค์กรภาคประชาสังคมเตือนว่านโยบายนี้อาจเพิ่มความ

เสี่ยงในการเฝ้าระวังโดยรัฐ การสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องข้อมูลกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการลงทุนจึงเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับอินเดีย

อริปไตยทางเศรษฐกิจ

มิติทางเศรษฐกิจของอริปไตยทางดิจิทัลเกี่ยวข้องกับความพยายามของอินเดียในการลดการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติและสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีภายในประเทศ Sheikh (2022) วิเคราะห์ว่าความสำเร็จของระบบ UPI แสดงให้เห็นว่าอินเดียสามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้ การพัฒนานี้ไม่เพียงแต่ลดการพึ่งพาระบบชำระเงินต่างประเทศ แต่ยังสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการในประเทศ

นโยบาย "Make in India" และ "Digital India" มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอริปไตยทางเศรษฐกิจดิจิทัล Hoeffler and Mérand (2024) อธิบายว่านโยบายเหล่านี้มุ่งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมและการเติบโตของบริษัทเทคโนโลยีในประเทศ โดยรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณจำนวนมากเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรมบุคลากร และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น

การส่งเสริมอริปไตยทางเศรษฐกิจดิจิทัลของอินเดียยังรวมถึงการสนับสนุนสตาร์ทอัพและผู้ประกอบการรายย่อย Belli (2023) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลสาธารณะเช่น UPI และ IndiaStack ได้สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถพัฒนาบริการและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่น นโยบายนี้ช่วยกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจและลดการผูกขาดโดยบริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่

ความมั่นคงและการเฝ้าระวัง

ความมั่นคงทางไซเบอร์เป็นอีกมิติที่สำคัญของอริปไตยทางดิจิทัล Leese (2024) วิเคราะห์ว่าอินเดียกำลังพัฒนากรอบการรักษาความมั่นคงทางไซเบอร์ที่ครอบคลุม โดยเน้นการปกป้องโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและการตอบสนองต่อภัยคุกคามจากต่างประเทศ เหตุการณ์โจมตีทางไซเบอร์ที่โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ Kudankulam ในปี 2562 ได้กระตุ้นให้อินเดียเร่งพัฒนาขีดความสามารถในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์

การห้ามใช้แอปพลิเคชันจากจีนในปี 2020 เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้มาตรการด้านความมั่นคงในการปกป้องอริปไตยทางดิจิทัล Flonk et al. (2024) อธิบายว่าการตัดสินใจนี้สะท้อนให้เห็นถึงความกังวลของอินเดียเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความมั่นคงจากการใช้แอปพลิเคชันที่ควบคุมโดยต่างชาติ โดยเฉพาะในบริบทของความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างอินเดียกับจีน

สิทธิพลเมืองและความเป็นส่วนตัว

มิติด้านสิทธิพลเมืองและความเป็นส่วนตัวเป็นประเด็นที่ซับซ้อนในการพัฒนาอริปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย Floridi (2020) วิเคราะห์ว่าระบบ Aadhaar ซึ่งเป็นโครงการสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ดิจิทัลแห่งชาติ ได้สร้างความกังวลเกี่ยวกับการละเมิดความเป็นส่วนตัวและการเฝ้าระวังโดยรัฐ การที่ระบบนี้เชื่อมโยงกับบริการภาครัฐและธุรกรรมสำคัญต่าง ๆ ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับการบังคับใช้และการกีดกันทางสังคม

อย่างไรก็ตาม อินเดียนได้พยายามสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมของรัฐกับการคุ้มครองสิทธิของพลเมือง Vila Seoane (2021) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลเช่น GDPR ของสหภาพยุโรป โดยมุ่งเน้นการให้อำนาจแก่ประชาชนในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง แม้จะยังมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างความมั่นคงของรัฐกับสิทธิส่วนบุคคล

สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์มิติสำคัญของการพัฒนาอีพีไต่ทางดิจิทัลของอินเดีย

จากการวิเคราะห์มิติสำคัญของการพัฒนาอีพีไต่ทางดิจิทัลของอินเดียข้างต้น สะท้อนให้เห็นลักษณะที่โดดเด่นสามประการ ประการแรก อินเดียมีการดำเนินนโยบายแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งมิติความมั่นคง เศรษฐกิจ สิทธิพลเมือง และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสะท้อนความเข้าใจว่าอีพีไต่ทางดิจิทัลไม่ใช่เพียงเรื่องเทคโนโลยี แต่เป็นประเด็นที่เชื่อมโยงกับมิติทางสังคมและการพัฒนาประเทศในวงกว้าง ประการที่สอง อินเดียพยายามสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมและการเปิดกว้าง โดยในบางด้านมีการกำหนดนโยบายที่เข้มงวดเพื่อปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ส่งเสริมนวัตกรรมและการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลภายในประเทศ ประการที่สาม การดำเนินนโยบายของอินเดียมีลักษณะเป็นการทดลองและพัฒนาแนวทางใหม่ที่แตกต่างจากทั้งโมเดลเสรีนิยมของสหรัฐอเมริกาและโมเดลรัฐนำของจีน ซึ่งอาจเป็นต้นแบบสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายที่ครอบคลุมหลายมิติและพยายามสร้างแนวทางใหม่เช่นนี้ย่อมเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะในแง่ของการนำนโยบายไปปฏิบัติในบริบทของประเทศขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายและความเหลื่อมล้ำสูง การตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย และการรักษาสมดุลระหว่างเป้าหมายที่อาจขัดแย้งกัน ความท้าทายเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการวิเคราะห์และหาแนวทางจัดการอย่างเป็นระบบ

การพัฒนาทักษะและการศึกษาดิจิทัล

ในด้านการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานทักษะดิจิทัล อินเดียได้กำหนดกรอบมาตรฐานทักษะดิจิทัลที่แบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ทักษะพื้นฐานจนถึงทักษะขั้นสูง การดำเนินการที่สำคัญคือการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ SWAYAM ที่ปัจจุบันมีผู้เรียนกว่า 16 ล้านคน นอกจากนี้ยังมีการบูรณาการทักษะดิจิทัลเข้าในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ ทำให้เยาวชนอินเดียได้รับการพัฒนาทักษะดิจิทัลตั้งแต่ระดับพื้นฐาน (Donnelly et al., 2024) ความพยายามนี้ช่วยวางรากฐานสำหรับการพัฒนากำลังคนดิจิทัลในระยะยาว

การสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเรียนรู้เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญในยุทธศาสตร์ของอินเดีย โดยรัฐบาลได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ดิจิทัลชุมชน (Common Service Centers) กว่า 400,000 แห่งทั่วประเทศ พร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ในภาษาท้องถิ่น 22 ภาษา เพื่อให้ประชาชนในทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ดิจิทัลได้ (Vila Seoane, 2021) นอกจากนี้ ยังมีโครงการสนับสนุนอุปกรณ์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการศึกษาดิจิทัล

การพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยีขั้นสูงเป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญ โครงการ Future Skills PRIME ได้พัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้าน AI, Big Data และ Cybersecurity กว่า 100,000 คน โดยความร่วมมือกับบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำในการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตร (Sheikh, 2022) ขณะเดียวกัน การจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยชั้นนำ 20 แห่งช่วยสร้างฐานการวิจัยและพัฒนาที่แข็งแกร่งสำหรับอนาคต

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาแสดงให้เห็นความก้าวหน้าที่ชัดเจน โดยในปี 2565 มีประชาชนผ่านการฝึกอบรมทักษะดิจิทัลพื้นฐานแล้วกว่า 180 ล้านคน อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ชนบทเพิ่มขึ้นจาก 25% เป็น 45% ในช่วงปี 2561-2565 สะท้อนให้เห็นความสำเร็จในการลดช่องว่างดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ความท้าทายยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะในการรักษาคุณภาพของการฝึกอบรมในระดับมวลชน การปรับหลักสูตรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการสร้างโอกาสการจ้างงานสำหรับผู้ที่ได้รับการพัฒนาทักษะแล้ว (Hoeffler & Mérand, 2024)

ความท้าทายและข้อขัดแย้ง

การดำเนินการด้านอริปไตยทางดิจิทัลของอินเดียเผชิญกับความท้าทายและข้อขัดแย้งหลายประการ Donnelly et al. (2024) วิเคราะห์ว่าความพยายามในการสร้างความสมดุลระหว่างการควบคุมของรัฐ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการคุ้มครองสิทธิของพลเมืองนั้นเป็นภารกิจที่ซับซ้อนและมีความตึงเครียดในตัวเอง ความท้าทายเหล่านี้ต้องได้รับการจัดการอย่างระมัดระวังเพื่อให้การพัฒนาอริปไตยทางดิจิทัลเป็นไปอย่างยั่งยืนและสมดุล

ความท้าทายในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายอริปไตยทางดิจิทัลไปปฏิบัติในประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีความหลากหลายเช่น อินเดีย นั้นเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในสามมิติหลักที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ มิติเชิงพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน มิติเชิงสถาบันและการบริหารจัดการ และมิติเชิงสังคมและวัฒนธรรม

ในมิติเชิงพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน ความท้าทายที่เห็นได้ชัดคือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลระหว่างเขตเมืองและชนบท โดยข้อมูลในปี 2565 พบว่าอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในเขตเมืองอยู่ที่ร้อยละ 85 ในขณะที่เขตชนบทอยู่ที่เพียงร้อยละ 45 (Vila Seoane, 2021) ความแตกต่างนี้ส่งผลโดยตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่น ในกรณีของระบบ Aadhaar ที่พบว่าประชาชนในพื้นที่ห่างไกลกว่า 100 ล้านคนประสบปัญหาในการลงทะเบียนและใช้งานระบบ เนื่องจากข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ความแตกต่างของคุณภาพโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างรัฐต่าง ๆ ยังส่งผลให้การใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของรัฐ เช่น ระบบการศึกษาออนไลน์และระบบสาธารณสุขทางไกล มีประสิทธิภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ในมิติเชิงสถาบันและการบริหารจัดการ ความท้าทายสำคัญคือการประสานงานระหว่างหน่วยงานและการบังคับใช้กฎหมาย ตัวอย่างเช่น การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ประกาศใช้ในปี 2565 พบว่ามีความซ้ำซ้อนในอำนาจหน้าที่ระหว่างคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลแห่งชาติกับ

หน่วยงานกำกับดูแลรายภาคส่วน เช่น ธนาคารกลางและคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (Gupta & Sony, 2021) นอกจากนี้ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายและเทคโนโลยีดิจิทัลยังเป็นอุปสรรคสำคัญ โดยพบว่าหน่วยงานกำกับดูแลด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ของอินเดียมีผู้เชี่ยวชาญเพียง 3,000 คนในปี 2565 เทียบกับความต้องการที่ประเมินไว้ที่ 10,000 คน

ในมิติเชิงสังคมและวัฒนธรรม การต่อต้านและความไม่ไว้วางใจจากภาคประชาสังคมเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวและการเฝ้าระวังโดยรัฐ กรณีที่เห็นได้ชัดคือการคัดค้านการใช้ระบบ Aadhaar ในการเข้าถึงบริการพื้นฐาน ซึ่งนำไปสู่การฟ้องร้องต่อศาลสูงสุดกว่า 30 คดีในช่วงห้าปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมระหว่าง 28 รัฐของอินเดียยังส่งผลให้การสื่อสารนโยบายและการสร้างความเข้าใจกับประชาชนเป็นไปอย่างยากลำบาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและชุมชนท้องถิ่นที่มีอัตราการรู้หนังสือต่ำ (Floridi, 2020)

การจัดการกับความท้าทายเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้ โดยรัฐบาลอินเดียได้พยายามตอบสนองผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งศูนย์บริการดิจิทัลชุมชนกว่า 400,000 แห่งทั่วประเทศเพื่อช่วยเหลือประชาชนในการเข้าถึงบริการดิจิทัล การพัฒนาแพลตฟอร์มภาครัฐในภาษาท้องถิ่น 22 ภาษา และการจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานเพื่อประสานการดำเนินนโยบาย อย่างไรก็ตาม ความท้าทายเหล่านี้ยังคงต้องการการแก้ไขอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

นโยบายอภิปไตยทางดิจิทัลมีผลกระทบต่อการลงทุนและการเติบโตทางเศรษฐกิจ Lehoué (2024) วิเคราะห์ว่าข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลและการกำกับดูแลอาจทำให้บริษัทต่างชาติลังเลที่จะลงทุนในอินเดีย ในขณะที่ ต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลภายในประเทศก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ Sheikh (2022) อธิบายว่าความสำเร็จของระบบ UPI ได้กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและการเติบโตในภาคการเงินดิจิทัล แสดงให้เห็นว่านโยบายอภิปไตยทางดิจิทัลสามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจได้หากมีการออกแบบและดำเนินการอย่างเหมาะสม

ข้อกังวลด้านประชาธิปไตย

การเพิ่มอำนาจควบคุมของรัฐในพื้นที่ดิจิทัลนำมาสู่ข้อกังวลเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิพลเมืองและการเฝ้าระวัง Floridi (2020) ชี้ให้เห็นว่าระบบ Aadhaar และนโยบายการจัดเก็บข้อมูลอาจเพิ่มความเสี่ยงในการละเมิดความเป็นส่วนตัวและการใช้ข้อมูลในทางที่ผิด องค์การภาคประชาสังคมได้แสดงความกังวลว่าการรวมศูนย์อำนาจในการควบคุมข้อมูลอาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก

นอกจากนี้ การกีดกันทางดิจิทัลยังเป็นประเด็นที่น่ากังวล Vila Seoane (2021) อธิบายว่าการพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงบริการพื้นฐานอาจส่งผลกระทบต่อประชาชนที่ไม่มีความพร้อมด้านดิจิทัล โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและผู้อยู่ในพื้นที่ห่างไกล

ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นคงและนวัตกรรม

ความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงทางไซเบอร์กับการส่งเสริม นวัตกรรม Gupta and Sony (2021) วิเคราะห์ว่าข้อกำหนดด้านความมั่นคงที่เข้มงวดอาจจำกัดความสามารถ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้ประกอบการและสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์และบล็อกเชน การสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องความมั่นคงของประเทศกับการเปิดพื้นที่ให้ เกิดการทดลองและพัฒนา นวัตกรรมจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญ

การกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบที่เหมาะสมเป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ Monsees and Lambach (2022) ชี้ให้เห็นว่าการกำกับดูแลที่เข้มงวดเกินไปอาจทำให้อินเดียเสียเปรียบใน การแข่งขันด้านเทคโนโลยีในระดับโลก ในขณะที่การกำกับดูแลที่หละหลวมเกินไปก็อาจส่งผลเสียต่อ ความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ

ความท้าทายด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ

การดำเนินนโยบายอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดียยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ Gromova and Brantes Ferreira (2024) อธิบายว่าการกำหนดนโยบายที่เข้มงวดเกินไปอาจส่งผล กระทบต่อความร่วมมือด้านเทคโนโลยีและการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกับพันธมิตรสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป

นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือในกลุ่ม BRICS เพื่อพัฒนาทางเลือกด้านเทคโนโลยีก็เผชิญกับ ความท้าทายหลายประการ Flonk et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างในระดับการพัฒนาและแนวทางการ กำกับดูแลระหว่างประเทศสมาชิกอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างมาตรฐานและโครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน

ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและขีดความสามารถ

ความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือข้อจำกัดด้านทรัพยากรและขีดความสามารถในการพัฒนา เทคโนโลยีภายในประเทศ Belli (2023) วิเคราะห์ว่าแม้อินเดียจะมีบุคลากรที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีจำนวนมาก แต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูงยังต้องอาศัยการลงทุนและทรัพยากรจำนวนมาก การระดมทุนและการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นความท้าทายที่สำคัญ

การพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางเป็นอีกประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ Sheikh (2022) ชี้ให้เห็น ว่าการขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เช่น ความมั่นคงทางไซเบอร์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการพัฒนา ปัญญาประดิษฐ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายด้านอธิปไตยทางดิจิทัลของอินเดีย

สรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นความท้าทายและข้อขัดแย้ง

จากการวิเคราะห์ความท้าทายและข้อขัดแย้งข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาอธิปไตยทางดิจิทัลที่ ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการการทำงานจากหลายภาคส่วน โดยแต่ละภาคส่วนมีบทบาทที่แตกต่างและ เติมเต็มซึ่งกันและกัน ในระดับรัฐบาลกลาง กระทรวงอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศควรทำหน้าที่ เป็นหน่วยงานหลักในการประสานนโยบายและกำหนดมาตรฐานกลาง โดยร่วมมือกับกระทรวงการคลังในการ จัดสรรงบประมาณและสร้างแรงจูงใจทางการเงิน และกระทรวงศึกษาธิการในการพัฒนาหลักสูตรและบุคลากร

ขณะที่รัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละรัฐควรมีบทบาทสำคัญในการปรับนโยบายให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่และประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น

ภาคเอกชนโดยเฉพาะบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ควรร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาโซลูชันที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น โดยทำงานร่วมกับสตาร์ทอัพและผู้ประกอบการรายย่อยในการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่หลากหลาย สถาบันการศึกษาควรมีบทบาทในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างบุคลากรที่มีทักษะตรงกับความต้องการ ขณะที่องค์กรภาคประชาสังคมควรทำหน้าที่ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมืองและความเป็นธรรมทางดิจิทัล

สำหรับองค์กรระหว่างประเทศและหน่วยงานความร่วมมือระดับภูมิภาค ควรมีบทบาทในการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างประเทศ รวมถึงการพัฒนามาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ตีร่วมกัน โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีความท้าทายคล้ายคลึงกัน การประสานความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องมีกลไกการทำงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนานโยบายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะและทิศทางในอนาคต

การพัฒนาอียูไต้ทางดิจิทัลของอินเดียที่ผ่านมาเผชิญความท้าทายสำคัญในหลายด้าน ทั้งความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน และความขัดแย้งระหว่างการควบคุมของรัฐกับสิทธิของพลเมือง ปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบผ่านความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการในระยะต่อไปดังนี้

ประการแรก รัฐบาลกลางควรปรับปรุงโครงสร้างการกำกับดูแลให้มีเอกภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติด้านอียูไต้ทางดิจิทัล (National Digital Sovereignty Commission) ที่มีอำนาจหน้าที่ชัดเจนในการกำหนดนโยบายและประสานงานระหว่างหน่วยงาน คณะกรรมการนี้ควรประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม เพื่อให้การกำหนดนโยบายมีความสมดุลและครอบคลุมมุมมองของทุกภาคส่วน แนวคิดนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Floridi (2020) ที่เน้นความสำคัญของการมีกลไกกำกับดูแลที่เป็นอิสระและมีส่วนร่วม

ประการที่สอง กระทรวงการคลังควรจัดตั้งกองทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure Development Fund) มูลค่าอย่างน้อย 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยระดมทุนจากทั้งงบประมาณแผ่นดิน การร่วมลงทุนกับภาคเอกชน และความร่วมมือระหว่างประเทศ กองทุนนี้ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกลและชุมชนที่มีรายได้น้อย Vila Seoane (2021) ชี้ให้เห็นว่าการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเป็นพื้นฐานสำคัญของอียูไต้ทางดิจิทัลที่ยั่งยืน

ประการที่สาม รัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละรัฐควรจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมดิจิทัลท้องถิ่น (Local Digital Innovation Hub) ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทักษะดิจิทัล สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น และให้บริการด้านเทคโนโลยีแก่ชุมชน โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและบริษัทเทคโนโลยีในพื้นที่ Sheikh (2022) พบว่าการกระจายศูนย์นวัตกรรมสู่ระดับท้องถิ่นช่วยสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่เข้มแข็งและยั่งยืน

ประการที่สี่ ภาคเอกชนโดยเฉพาะบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ควรจัดตั้งกองทุนพัฒนานวัตกรรมดิจิทัล (Digital Innovation Fund) ที่สนับสนุนสตาร์ทอัพและนวัตกรรมท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาโซลูชันที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละพื้นที่ Gupta and Sony (2021) เสนอว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทขนาดใหญ่กับผู้ประกอบการท้องถิ่นจะช่วยเร่งการพัฒนานวัตกรรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ประการที่ห้า สถาบันการศึกษาควรปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการด้านอาชีพทางดิจิทัล โดยเฉพาะในสาขาความมั่นคงทางไซเบอร์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมในการพัฒนาหลักสูตรและฝึกงาน Hoeffler and Mérand (2024) เน้นย้ำว่าการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะตรงกับความต้องการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอาชีพทางดิจิทัลที่ยั่งยืน

ประการที่หก องค์กรภาคประชาสังคมควรจัดตั้งเครือข่ายเฝ้าระวังสิทธิดิจิทัล (Digital Rights Watch Network) ที่ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะต่อนโยบายและการดำเนินการของรัฐและเอกชน โดยเน้นการปกป้องสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในยุคดิจิทัล Belli (2023) ชี้ให้เห็นความสำคัญของการมีองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ถ่วงดุลอำนาจรัฐในการกำกับดูแลพื้นที่ดิจิทัล

การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นและความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนนโยบายอาชีพทางดิจิทัลให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

บทสรุป

อาชีพทางดิจิทัลของอินเดียเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของความพยายามในการสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการคุ้มครองสิทธิของพลเมืองในยุคดิจิทัล Vila Seoane (2021) สรุปว่าแนวทางของอินเดียสะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายที่ประเทศกำลังพัฒนาต้องเผชิญในการรักษาอาชีพทางเทคโนโลยีท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการแข่งขันระหว่างมหาอำนาจทางเทคโนโลยี

การดำเนินการด้านอาชีพทางดิจิทัลของอินเดียได้สร้างผลลัพธ์ที่สำคัญหลายประการ Belli (2023) ชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จของโครงการเช่น UPI และ IndiaStack แสดงให้เห็นว่าประเทศกำลังพัฒนาสามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและเป็นอิสระได้ ขณะเดียวกัน การพัฒนากรอบกฎหมายและนโยบายด้านข้อมูลก็ช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของพลเมือง

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่สำคัญยังคงมีอยู่ Floridi (2020) เน้นย้ำว่าการสร้างสมดุลระหว่างการควบคุมของรัฐกับสิทธิของพลเมืองยังคงเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะในบริบทของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเฝ้าระวังและการควบคุมสังคม นอกจากนี้ การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีก็ยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ

มองไปข้างหน้า อนาคตของอีพีไต่ทางดิจิทัลของอินเดียจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี Sheikh (2022) เสนอว่าความสำเร็จในระยะยาวจะขึ้นอยู่กับการพัฒนานโยบายที่ยืดหยุ่นและครอบคลุม การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา และการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ

ประสบการณ์ของอินเดียยังให้บทเรียนที่สำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ Gupta and Sony (2021) สรุปรว่าการสร้างอีพีไต่ทางดิจิทัลไม่ใช่เพียงแค่การต่อต้านการครอบงำจากต่างชาติ แต่เป็นกระบวนการเชิงบวกในการพัฒนาขีดความสามารถและความเป็นอิสระทางเทคโนโลยี การสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องผลประโยชน์แห่งชาติกับการส่งเสริมนวัตกรรมและการคุ้มครองสิทธิของพลเมืองจะเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในระยะยาว

ในท้ายที่สุด อีพีไต่ทางดิจิทัลของอินเดียยังคงเป็นโครงการที่กำลังพัฒนาและปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง Hoefler and Mérand (2024) วิเคราะห์ว่าความสำเร็จในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างระบบนิเวศดิจิทัลที่ยั่งยืน เป็นธรรม และสอดคล้องกับค่านิยมประชาธิปไตย การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาและการปรับปรุงนโยบายอย่างต่อเนื่องจะเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายนี้

บรรณานุกรม

- Autolitano, S., & Pawlowska, A. (2021). *Europe's quest for digital sovereignty: GAIA-X as a case study*. Istituto Affari Internazionali.
- Belli, L. (2023). *Building good digital sovereignty through digital public infrastructures and digital commons in India and Brazil*. Retrieved from: <https://cyberbrics.info/building-good-digital-sovereignty-through-digital-public-infrastructures-and-digital-commons-in-india-and-brazil>
- Celeste, E. (2021). Digital Sovereignty in the EU: Challenges and Future Perspectives. In F. Fabbrini, E. Celeste, & J. Quinn (Eds.), *Data Protection Beyond Borders: Transatlantic Perspectives on Extraterritoriality and Sovereignty* (pp. 29–82). Hart Publishing.
- Donnelly, S., Ríos Camacho, E., & Heidebrecht, S. (2024). Digital sovereignty as control: The regulation of digital finance in the European Union. *Journal of European Public Policy*, 31(8), 2226-2249. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2332624>

- Flonk, D., Jachtenfuchs, M., & Obendiek, A. (2024). Controlling internet content in the EU: towards digital sovereignty. *Journal of European Public Policy*, 31(8), 2316–2342. <https://doi.org/10.1080/13501763.2024.2309179>
- Floridi, L. (2020). The fight for digital sovereignty: What it is, and why it matters, especially for the EU. *Philosophy & Technology*, 33(3), 369-378. <https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2197217>
- Gromova, E., & Brantes Ferreira, D. (2024). On the way to BRICS+ digital sovereignty: Opportunities and challenges of a new era. *BRICS Law Journal*, 11(3), 54-69. <https://doi.org/10.21684/2412-2343-2024-11-3-54-69>
- Gupta, S., & Sony, R. A. L. (2021). Quest of data colonialism and cyber sovereignty: India's strategic position in cyberspace. *Legal Issues in the Digital Age*, 2, 68-81. <https://doi.org/10.17323/2713-2749.2021.2.68.81>
- Heidebrecht, S. (2024). From market liberalism to public intervention: Digital sovereignty and changing European union digital single market governance. *Journal of Common Market Studies*, 62(1), 205-223. <https://doi.org/10.1111/jcms.13488>
- Hoeffler, C., & Mérand, F. (2024). Digital sovereignty, economic ideas, and the struggle over the digital markets act: A political-cultural approach. *Journal of European Public Policy*, 31(8), 2121-2146. <https://doi.org/10.1080/13501763.2023.2294144>
- Leese, M. (2024). Staying in control of technology: predictive policing, democracy, and digital sovereignty. *Democratization*, 31(5), 963-978. <https://doi.org/10.1080/13510347.2023.2197217>
- Lehuedé, S. (2024). An alternative planetary future? Digital sovereignty frameworks and the decolonial option. *Big Data & Society*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/20539517231221778>
- Moerel, L., & Timmers, P. (2021). *Reflections on digital sovereignty*. EU Cyber Direct, Research in Focus series 2021. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=3772777>
- Monsees, L., & Lambach, D. (2022). Digital sovereignty, geopolitical imaginaries, and the reproduction of European identity. *European Security*, 31(3), 377-394. <https://doi.org/10.1080/09662839.2022.2101883>
- Pohle, J., & Santaniello, M. (2024). From multistakeholderism to digital sovereignty: Toward a new discursive order in internet governance? *Policy & Internet*, 1-20. <https://doi.org/10.1002/poi3.426>

- Pohle, J., & Thiel, T. (2020). Digital sovereignty. *Internet Policy Review*, 9(4.), 1-4. <https://doi.org/10.14763/2020.4.1532>
- Roberts, H., Cows, J., Casolari, F., Morley, J., Taddeo, M., & Floridi, L. (2021). Safeguarding European values with digital sovereignty: An analysis of statements and policies. *Internet Policy Review*, 10(3). <https://doi.org/10.14763/2021.3.1575>
- Sheikh, H. (2022). European Digital Sovereignty: A layered approach. *Digital Society*, 1, 25. <https://doi.org/10.1007/s44206-022-00025-z>
- Vila Seoane, M. F. (2021). Data securitisation: The challenges of data sovereignty in India. *Third World Quarterly*, 42(8), 1733-1750. <https://doi.org/10.1080/01436597.2021.1915122>