



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Develop Academic Proposals on How to Promote Bangkok Travelling among Foreigners

ArunrungWongkangwan¹, BunditPungnirund¹, Vimolsri Sansuk¹, Pranee
Tridhoskul¹, Anunya Thanasrisuebwong¹, Nattapong Techarattanasad¹

¹Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok

ABSTRACT

This research aims to develop academic proposals on how to promote Bangkok travelling among foreigners. It is a kind of policy researches which uses various methods of data collecting including 1) document research emphasizing on ArunrungWongkangwan's research titled "Affecting antecedents on the loyalty of foreign travelers toward Bangkok attractions" (2011). She directly collected data from foreign travelers in order to set up the research framework and she also integrate the concepts of Mancini (2005), Morgan and Prichard (2000), Holloway (2002), Swarbrooke and Horner (2001), McKercher (1998), Herrenmans (2006) and other academic documents. 2) The result of qualitative analysis by non-participant observation at popular attractions around Bangkok. 3) The result of qualitative analysis by in-depth interview of tourism management concerned groups 4) to discuss and conclude a draft proposal on how to promote Bangkok travelling among foreigners by focus group method. After analyzed all concerned data, we set up 4 main academic proposals on how to promote Bangkok travelling among foreigners which are 1) The way to promotethe developmentof enterprises (6 steps) 2) The way to promotethe developmentof public relations of tourist attractions (5 steps) 3) The way to promotethe developmentof tourist attractions (4 steps) and 4) The way to promotethe development of tourist facilities (4 steps).

Keywords : Develop, Promote, Bangkok Travelling, Foreigners



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน¹, บัณฑิต ผังนิรันดร์¹, วิมลศรี แสนสุข¹, ปราณี ตริทศกุล¹

อณัญญา ธนะศรีสีบวงศ์¹, ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสถียร¹

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้พัฒนาข้อเสนอทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิจัยเชิงนโยบาย ซึ่งได้ใช้เทคนิควิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบด้วย ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสารโดยให้ความสำคัญกับผลการวิจัยของอรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ (2554) เรื่อง บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยตรง เพื่อกำหนดกรอบของเนื้อหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พร้อมทั้งได้บูรณาการแนวคิดของ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Horner (2001) McKercher (1998) Herrenmans (2006) เพราะ เป็นแนวคิดที่ให้ข้อเสนอเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของกรุงเทพมหานครประกอบกับเอกสารทางวิชาการอื่นๆ พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว และได้ทำการวิพากษ์วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วมกันของโครงสร้างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยเคราะห์ข้อมูล สามารถสร้างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งออกเป็น 4 ข้อเสนอแนะ ได้แก่ (1) แนวทางส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ มี 6 กรอบการดำเนินงาน (2) แนวทางส่งเสริมด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี 5 กรอบการดำเนินงาน (3) แนวทางส่งเสริมด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมี 4 กรอบการดำเนินงานและ (4) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มี 4 กรอบการดำเนินงานเป็นต้น

คำสำคัญ: การพัฒนา, การส่งเสริม, การท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร, ชาวต่างชาติ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

บทนำ

จากอดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นหัวใจสำคัญหนึ่งในการพัฒนาประเทศไทยได้เป็นอย่างดี (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2555) จึงส่งผลทำให้การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ และรัฐบาล เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552) และได้ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน คิดเป็นแรงงานร้อยละ 6 – 7 ของทั้งระบบ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552) ยังมีการพยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นกว่า มากถึงจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมคือ คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) จากการสำรวจระดับโลกของ Euro monitor International's top city destinations ranking ที่ได้ทำการสำรวจถึงเมืองน่าอยู่ระดับโลกในปี ค.ศ. 2009 ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมพบว่า เมืองซึ่งเป็นที่น่าสนใจระดับโลกที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ เมืองลอนดอน (London City) ของประเทศอังกฤษ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในปี ค.ศ. 2009 มากถึง 14 ล้านคน และอันดับที่ 2 คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (Euromonitor

International, 2011) ถึงแม้ว่ากรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 2 ของโลกก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาอยู่ในอันดับที่ 3 และ 4 จะพบว่า เป็นประเทศสิงคโปร์ และ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ของประเทศมาเลเซีย ซึ่งอยู่ติดกับประเทศไทยมาก และเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เมื่อพิจารณาอัตราการเจริญเติบโตจากปี ค.ศ. 2008 – 2009 พบว่า กรุงเทพมหานครมีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลงถึง -2.2 ในขณะที่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 5.2 (Euromonitor International, 2011) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เริ่มที่จะเกิดปัญหาขึ้นหรืออย่างน้อยที่สุดศักยภาพในการแข่งขันลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน และมีคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศเพื่อนบ้าน กรุงกัวลาลัมเปอร์ ของประเทศมาเลเซีย จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครจะต้องมีการปรับตัวในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงสังคมโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กระบวนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีกระบวนการวิจัย 4 ขั้นตอน เรียงตามลำดับดังนี้

1) ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Document Research) เป็นการศึกษาถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ทั้งในเชิงทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากทั้งในและต่างประเทศ แต่ได้เน้นให้ความสำคัญกับผลการวิจัยของ อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน (2554) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ และได้เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยตรงมาเป็นผลการวิจัยพื้นฐานเพื่อต่อยอดในการวิจัยครั้งนี้ และยังได้ดำเนินการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Document Research) เพื่อค้นหาคำว่าความรู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเอกสารของ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Horner (2001) McKercher (1998) Herrenmans (2006) ซึ่งได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีบริบทคล้ายกับกรุงเทพมหานคร

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) ในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว (In-depth Interview) กลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มๆ 5 คน ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 กลุ่มแกนนำผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มข้าราชการระดับบริหารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน

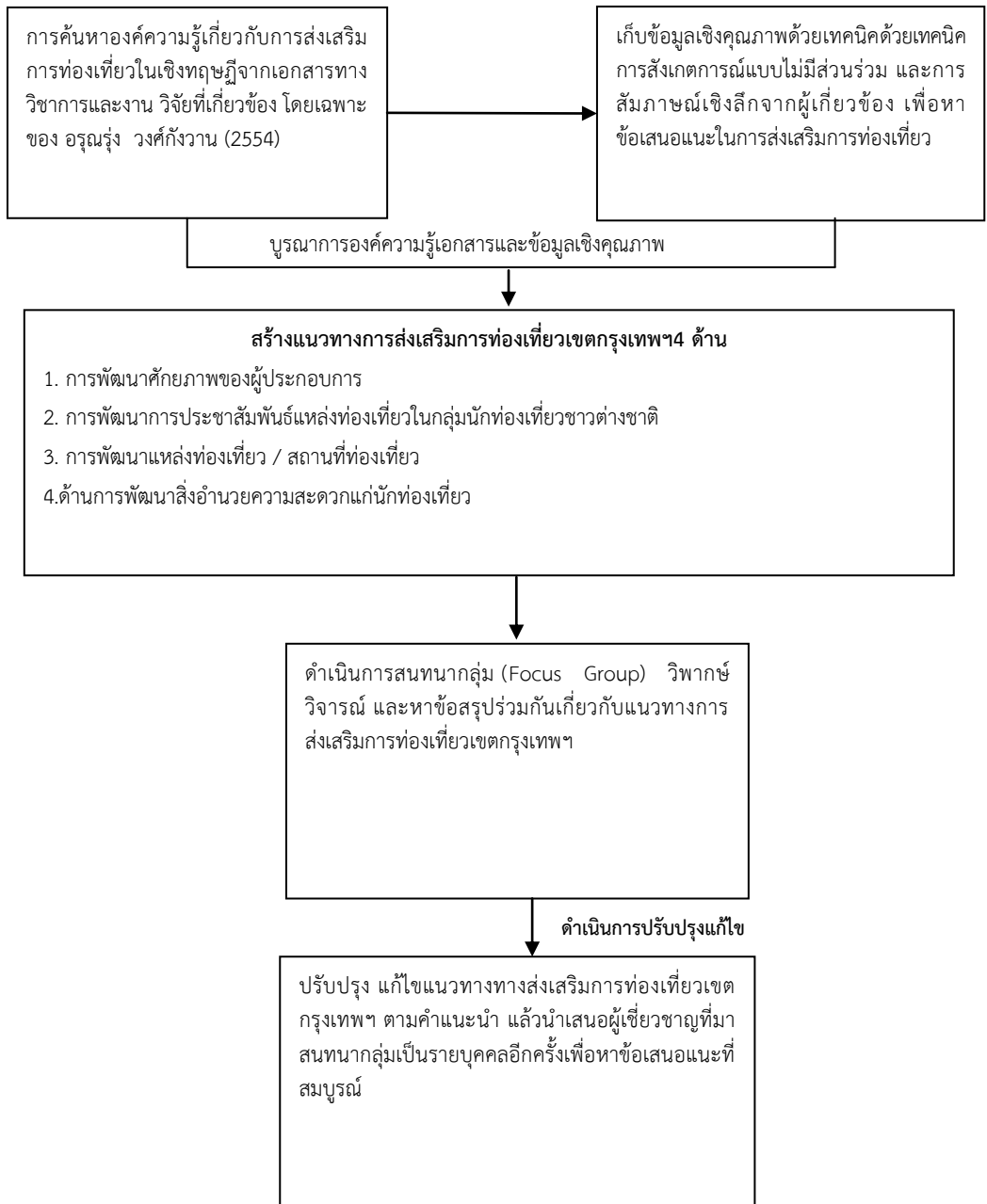
กรุงเทพมหานครโดยตรง มีผลงานทางวิชาการที่โดดเด่น จำนวน 5 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำมาบูรณาการพัฒนาเป็นโครงร่างข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเป็นการลดความลำเอียง และอคติ ของผู้วิจัยที่มีต่อข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้อง โดยนำกลุ่มคำ (Key Word) ที่มีลักษณะเหมือนกันไว้ด้วยกัน พร้อมทั้งได้นำเสนอถ้อยคำสำคัญ (Coding) ของผู้เชี่ยวชาญที่ได้เสนอแนะในประเด็นดังกล่าว เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติฉบับร่าง

และ 4) ได้นำทำการวิพากษ์ วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วมกันของโครงร่างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน แล้วทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อส่งกลับให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้ตรวจสอบและให้การยอมรับอีกครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสนอแนะทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ฉบับสมบูรณ์ที่รายงานผลในบทที่ 4 นี้ นำเสนอเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ข้อเสนอแนะหลัก (Core Suggestion) (2) กรอบการดำเนินงาน (Farm Work) (3) กิจกรรมการดำเนินงาน (Activity) เรียงตามลำดับการนำเสนอ ดังนี้



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสร้างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ข้อเสนอแนะหลัก ได้แก่

1) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ มี 6 กรอบการดำเนินงาน ประกอบด้วย (1) การเสริมสร้างจิตสำนึกแห่งการให้บริการ (2) การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละประเทศ (3) การเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ในการให้บริการ (4) การให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน และองค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ (5) การลดหย่อนผ่อนปรน ภาระเบี้ยบบางประการเพื่อให้เอื้อต่อการประกอบกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ และ (6) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

2) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี 5 กรอบการดำเนินงานประกอบด้วย (1) การให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านความต้องการต่อแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (2) การส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ (3) การส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคเอกชนในต่างประเทศ (4) การส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการสร้างความรู้รักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่าง

ท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร และ (5) การกำหนดภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครในสายตาของชาวต่างชาติที่ยั่งยืน

3) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมี 4 กรอบการดำเนินงาน ประกอบด้วย (1) การดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในเชิงบูรณาการ (2) การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานให้คงไว้ความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในเชิงบูรณาการ (3) การส่งเสริมให้ประชาชนที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ (4) การพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มี 4 กรอบการดำเนินงาน (1) แนวทางในการเพิ่มและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการ รสนิยม และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (2) แนวทางในการพัฒนาด้านการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเขตกรุงเทพมหานครที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (3) แนวทางในการเพิ่มความรู้ด้านภาษาให้กับผู้ให้บริการด้านการขนส่ง เช่น กลุ่มผู้ขับแท็กซี่ กระเป๋ารถเมล์ เรือโดยสาร เป็นต้น และ (4) การพัฒนาด้านป้ายบอกทางป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานแล้ว



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เนื่องจากมองเห็นถึงผลกระทบด้านบวกที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความรู้ทางด้านวิทยาการสมัยใหม่ มากกว่าผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นทางด้านวัฒนธรรม แต่ผลกระทบด้านลบได้เกิดขึ้นมา และอยู่ในการกำกับของหน่วยงานภาครัฐเสมอมา แสดงให้เห็นว่าทิศทางเชิงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไม่ได้ปิดกั้นการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากต่างชาติ แต่เน้นการส่งเสริมและตั้งรับไปพร้อมๆ กัน แต่อย่างไรก็ตาม แนวทางหลักในการส่งเสริมนั้นยังคงเป็นแนวทางในระดับชาติ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ประเทศไทย แต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันออกทั้งในเรื่องทางด้านกายภาพ ประเพณีวัฒนธรรม จึงพบว่า แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีลักษณะครอบคลุมทั้งประเทศไม่เฉพาะเจาะจงเท่าที่ควร (จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, 2547; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544; 2551; 2552) โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจของนิตยสารการท่องเที่ยวระดับ เป็นเมืองหลวงน่าท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของโลกติดต่อกันหลายปี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมองว่ากรุงเทพมหานครมีเอกลักษณ์ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งคือ การมีความผสมผสานลงตัวระหว่างความทันสมัยกับวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เพราะว่า กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยวัดวาอารามเป็นจำนวนมาก สำหรับชาวตะวันตกแล้ว เป็นที่น่าประหลาดใจมากที่ใจกลางเมืองเต็มไปด้วยรถรา ตึกรางบ้านช่อง จะยังมีวัดวาอารามเป็นจำนวนมาก และวิถีชีวิตของประชาชนก็ยังคงรักษาไว้ซึ่งประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2548; อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน, 2554; Davidson, 1995) แตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้น แนวนโยบาย หรือกลยุทธ์ในการส่งเสริม

การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จึงควรที่จะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆ และไม่สามารถที่จะใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับประเทศแต่เพียงอย่างเดียวในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวทางหลักที่หนึ่ง สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เน้นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เพราะว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หากผู้ให้บริการมีศักยภาพแล้วส่งผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนก็คือ การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น ที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทุกระดับเป็นอย่างมาก เน้นเรื่องความมีมาตรฐานของอาหาร ที่พัก คุณลักษณะต่างๆ การที่ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งหมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Holloway, 2002; Herrenmans, 2006) มีตัวอย่างของหลายประเทศที่พบว่า ไม่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่กลับเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก ดังเช่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น Davidson (1995) อธิบายว่าจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ ไม่ได้อยู่ที่ทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่อยู่ทรัพยากรมนุษย์หรือผู้ประกอบการ (Enterprise) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมมาพักผ่อนควบคู่กับการทำธุรกิจ ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีมาตรฐาน การท่องเที่ยวในส่วนต่างๆ ของเมืองมีความปลอดภัย มีสุขลักษณะที่ดี ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แสดงให้เห็นชัดเจนว่าผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ล้วนมีศักยภาพสูง มองเห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวว่า เป็นหัวใจ แตกต่างจาก



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวมีเป็นจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะขนาดเล็ก ยังไม่มีประสิทธิภาพในการให้บริการเท่าที่ควร โดยเฉพาะในเรื่อง จิตสำนึกการให้บริการ และควมมีคุณธรรม จริยธรรม ตัวอย่าง เช่น ระบุพรรณ ท่องห่อ; และคนอื่นๆ (2549) มองว่า เรื่องความปลอดภัย การเอาเปรียบ เปรียบเสมือนกับมะเร็งร้ายของการท่องเที่ยวไทย ที่คอยกัดกินให้การท่องเที่ยวไทยค่อยๆ ตายลงไป แนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มากที่สุด โดยเฉพาะรูปแบบของการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงาน กับเจ้าของกิจการที่จะต้องคอยแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างเสมอเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรม รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเป็นเจ้าของที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

แนวทางหลักที่สอง สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะเน้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เพราะว่า ปัจจุบันตลาดการแข่งขันการท่องเที่ยวของเมืองหลวงประเทศต่างๆ มีปริมาณสูง ตัวอย่างเช่น Briggs (1997) และ Godfrey และ Clarke (2000) อธิบายในทิศทางเดียวกันว่า โลกของการสื่อสารปัจจุบัน การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จได้ส่วนหนึ่งเป็นส่วนสำคัญและเป็นส่วนใหญ่ คือการสร้างกระแสการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับเมื่อนั้นๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเด่นก็คือ ประเทศเกาหลีใต้ ที่สามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมบันเทิงได้เป็นอย่างดี ถึงแม้กระทั่งเมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ ก็ยังต้องอาศัยการสร้างกระแส การประชาสัมพันธ์ จากการจัดกีฬา

โอลิมปิก ในปี 2012 เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบต่างๆ มีความสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้แล้ว Godfrey และ Clarke (2000) ยังอธิบายเกี่ยวกับ อำนาจของทรัพยากรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าสนใจ หากปราศจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้วจะกลายเป็นทรัพยากรที่ไม่มีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นแนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางที่มีความเหมาะสม

แนวทางหลักที่สาม สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะเน้นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในประเด็นนี้ Godfrey และ Clarke (2000) ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งมองว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายรวมถึงทั้งลักษณะท่ายกายภาพ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีความสำคัญต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวมาก ไม่ว่าจะเป็นความยากลำบากเพียงใด หากสถานที่ท่องเที่ยว นั้นสวยงาม ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีพลัง Briggs (1997) อธิบายเพิ่มว่า จะต้องมียอดประกอบอย่างอื่นเพิ่มเติมด้วย เช่น สถานที่สวยงาม สินค้าและบริการราคาเป็นธรรม มีความปลอดภัย แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราโมชน์ รอดจรัส (2553) ได้อธิบายถึงลักษณะของประเทศไทยที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยว่าประกอบไปด้วยสาเหตุหลายประการ หนึ่งในนั้นได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ประเทศไทยมีสถานที่



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลาย เช่น ในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวง เป็นแหล่งเศรษฐกิจของประเทศ แต่ก็ยังมีวัด โบราณสถานเก่าแก่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติผสมผสานอยู่ด้วย แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ความหลากหลายดังกล่าวก่อให้เกิดความคุ้มค่าที่จะเดินทางมาครั้งเดียว แล้วได้ท่องเที่ยวในหลายที่ ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปรียบเสมือนการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ ราไพล์ (2547) ที่ได้อธิบายถึงหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า ต้องให้ความสำคัญกับอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable) เป็นการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ดังนั้นแนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน สะอาด สวยงามอยู่เสมอ

แนวทางที่สี่ แนวทางสุดท้ายที่ผู้วิจัยนำเสนอ จะเน้นให้ความสำคัญของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว Branford และ Lee (2004) อธิบายว่า การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเขาสูงแต่เดิมนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางด้วยตัวเองฝ่าอันตรายต่างๆ และต้องเหนื่อย กว่าจะไปถึงแหล่งท่องเที่ยว จากลักษณะความสะดวกดังกล่าวจะพบว่ามีย่านนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งเพียงเท่านั้น แต่เมื่อมีการพัฒนามาเป็นระบบกระเช้าลอยฟ้า การเดินทางไปยังยอดเขาก็จะมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น จะพบว่ามีย่านนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน จากปรากฏการณ์ดังกล่าว Branford และ Lee (2004) จึงได้สรุปว่า

สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพิ่มมากขึ้นจะแสดงให้เห็นถึงจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นด้วยการพัฒนาหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทฤษฎีดังกล่าว จึงเน้นที่การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับแนวคิดของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, (2544) แห่งสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้ขยายความวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 ว่าเป็นความยั่งยืนในระดับคุณภาพการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และให้ความหมายการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล (World Class destination) เมืองประกอบของระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ จากทฤษฎีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญที่จะต้องดำเนินการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้นประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม โดยเฉพาะจากภาคประชาชน เพราะว่า เรื่องของการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นเรื่องของสถานประกอบการและภาครัฐเพียงอย่างเดียว ประชาชนทุกคนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งสิ้น มาตรการ หรือกลยุทธ์ใด ที่ปราศจากการมีส่วนร่วมแล้วจะไม่มี ความยั่งยืน

2. เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น เป็นจริงในทางปฏิบัติ นอกจากต้องมีการจัดสรรงบประมาณแล้ว ยังต้องมีการกำหนดตัวผู้รับผิดชอบการดำเนินงานในแต่ละด้านอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการประเมินผล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอควบคู่ไปด้วย เพราะจุดอ่อนของประเทศไทยยังคงอยู่ที่การประเมินผลการดำเนินงาน

3. นโยบายการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสังคมในทุกมิติ เพราะเป็นการไหลเวียนของวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย หากสังคมไทยมีความอ่อนแอจะเสี่ยงต่อการล่มสลายของสังคมได้ง่าย การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องเตรียมความพร้อมของประชาชนด้วยระบบการศึกษาที่มีคุณภาพให้นักเรียน เยาวชน ได้มีโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมจากต่างชาติอย่างเท่าทัน

4. ทิศทางอนาคตของการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จะมีคู่แข่งเกิดขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้านดังเช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่มีอันดับเมืองนำท่องเที่ยวใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร ดังนั้น กรุงเทพมหานคร จึงต้องเร่งสร้างจุดขายใหม่ให้มากขึ้น เช่น การเป็นเมืองแห่งแฟชั่น เมืองแห่งอาหารอร่อย เป็นต้น

5. พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวในเชิงรุกมากขึ้นกว่านี้ โดยพยายามชูธงในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในเรื่องการเดินทางที่ประเทศไทยจะมีรถไฟฟ้ามหานครเพิ่มขึ้น และเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

References

Arunrung Wongkangwan. (2554). **Antecedent and Loyalty of Foreign Tourists for Tourist Attractions** Suan Sunandha Rajabha University.

Boonlert Jittungwattana. (2005). **Sustainable tourism development** Bangkok.Thailand tourism academic center.

Branford, Malcolm & Lee, Ean.(2004). **Tourism and Cultural Heritage in Southeast Asia**.Bangkok : SEAMEO – SPAFA.

Briggs , Susan.(1997) **Successful Tourism Marketing : A Practical Handbook** ,London : Kogsn Page Limited , 1997.

Davidson, R. (1995). **Tourism.2nd.ed.** Singapore. Longman: Group Limited.

Euromonitor International.(2011) **Euro monitor International's top city destinations ranking.** Online:<http://blog.euromonitor.com/2011/01/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking.html>

Godfrey, K & Clarke, J. (2000).**The Tourism Development Handbook**. London: Cassell.

Herrenmans, I.M.(2006). **Cases in sustainable tourism : an experiential approach to making**. New York : The Haworth Hospitality Press decisions.

Holloway, J.C, Robinson C.(1995) **Marketing for Tourism** .3 edition . NY :Longham. <http://www.stou.ac.th/tourism/Acheive/>

Jiraporn Umpompat. (2004). **Tourism resources**. Sripatum University. Access on 15 January 2008. Available at<http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class6.htm>



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

- Mancini, M (2005). **Access introduction to travel and tourism**. Australia : Thomson/Delmar Learning.
- McKercher, Bob. 1998. **The business of nature-based tourism**. Elsternwick, Vic. : Hospitality Press Melbourne.
- Mingsan Khaosa-ard. (1991). **Complete Report, Academic project for operation plan in national industry development during 9th National Economic and social Development Plan (1992-1996)** Bangkok : Thailand Development Research Institute Foundation
- Mingsan Khaosa-ard. (2012). **Thailand Tourism, from policy to under privilege** Bangkok : The Thailand Research Fund.
- Morgan, N & Prichard, A (2000) **Advertising in tourism and leisure**. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Pramode Rodjamras.(2010) **Tourists behaviors**. Bangkok :Ramkhamhaeng University Press.
- Rapeephan Thonghor et all. (2006). **Guidelines for the Development of tourism :Thr Potential and limitations of the upper Central Plains Provinces**. Research journal.Ramkhamhaeng University 9(2) : 17-26.
- Rumpaiphon Kaewsuriya(2004). **Management Strategy for Sustainable tourism**. Access on 14 April 2007 Available on.
- Swarbrooke, J & Horner, S (2001) **Business travel and tourism**. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Thammasat University.(2009). **Tax policies to stimulate Thai tourism**.Bangkok Thammasat Press.
tour_description.htm
- Tourism Authority of Thailand. (2008) **Academic Information of tourism**. Access on 19 March 2008, Available at <http://webhost.mots.go.th/>
- Tourism Authority of Thailand. (2008). **Policy and Marketing Plan**.Access on 23 March 2008, Available at <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/about-tat-24-1.html>
- Tourism Authority of Thailand. (2009). **Urgent Marketing Plan for image recovering and tourism simulation 2009**. Bangkok. Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand.(1991). **Operation plan of national Ecotourism**, Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand.(2008). **Bangkok was voted by American as the best tourism city in Asia** Access on 9 March 2008, Available at <http://thai.tourismthailand.org/news/content-136.html>