

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวทางในการพัฒนาประเทศไทยให้มีความเจริญเทียบเท่าอารยประเทศ ได้รับความสนใจจากผู้มีอำนาจรัฐมานานแล้วตั้งแต่ประเทศไทยยังใช้ชื่อเป็นประเทศสยาม ในสมัยรัชการที่ 5 พระองค์ท่านได้ให้ความสำคัญกับการเปิดประเทศในด้านเศรษฐกิจ เปิดให้มีการลงทุนของชาวตะวันตกในประเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งส่งผลสำคัญทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งใหญ่ในสมัยนั้น และเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศมาจนถึงปัจจุบัน ( พรณีย์บัวเล็ก, 2544; อารงค์อุดมไพจิตรกุล และ รวีพรรณ สาสิทธิ์, 2541) การเปิดประเทศในสมัยนั้นมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายอย่างที่ส่งผลทำให้ประเทศไทยเกิดการพัฒนานิ่งในนั้นคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาในประเทศความชัดเจนของภาครัฐในส่งเสริมการท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่สมัยรัชการที่ 6 โดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยากำแพงเพชรอัครโยธิน ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่ง ผู้บัญชาการกรมรถไฟหลวง ได้ทรงจัดตั้งแผนกโฆษณารถไฟขึ้นในปี พ.ศ. 2467 เพื่อทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารของประเทศไทยสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ม-ร.7 พ 2.) จะเห็นว่าในยุคดังกล่าวการส่งเสริมการท่องเที่ยวเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งในด้านการเดินทาง และข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย แต่ยังไม่ได้มีการส่งเสริมในด้านความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน อาจจะเป็นเพราะว่าการขยายตัวของการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวต่างในปี พ.ศ. 2467 นั้น ยังจำกัดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว ทหาร และนักธุรกิจชั้นนำเพียงเท่านั้น

ความชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มมีความชัดเจน และเป็นรูปธรรมอีกครั้งในปี พ.ศ. 2479 โดยกระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์และคมนาคมเดิม) ได้เสนอแผนให้รัฐบาลบำรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ 3 ประเด็นหลักด้วยกัน ได้แก่ (1) งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังต่างประเทศเพื่อให้ชาวต่างชาติหันมาให้ความสนใจที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์รองจากนั้นก็เพื่อสร้างความสนใจในด้านการลงทุนของชาวต่างชาติ (2) งานรับรองนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประเทศตะวันตกให้มากที่สุด

ฝ่ายดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และ (3) งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก เป็นงานที่เน้นในการทำให้สถานที่ซึ่งมีอยู่แล้วภายในประเทศให้มีความสมบูรณ์ สวยงามมากยิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการสร้างโรงแรมมาตรฐานขึ้นมา แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัญหาภาวะเศรษฐกิจโลก และการก่อตัวของกลุ่มคอมมิวนิสต์ ก็ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยดังกล่าวเกิดกล่าวหยุดชะงักไปมากพอสมควร ( องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว , 2509) ดังจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคเริ่มต้นดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การส่งเสริมที่เป็นไปในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น นอกจากจะมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการดูแลนักท่องเที่ยวด้วย แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในฐานะที่ทำให้เม็ดเงินจากภายนอกไหลเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ในสมัยของรัฐบาลจอมพล สฤษดิ์ธนะรัชต์ มองเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นยุคที่ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจครั้งยิ่งใหญ่ขึ้น โดยรัฐบาลได้ยินยอมให้มีการเปิดการลงทุน การผลิต และการจำหน่าย เปลี่ยนมือจากรัฐบาลมายังเอกชนมากยิ่งขึ้น ปรัชญาทางเศรษฐกิจเปลี่ยนความเชื่อใหม่ว่าเศรษฐกิจจะพัฒนาได้ ประชาชนจะมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้นั้น จะต้องอาศัยการพัฒนาประเทศตามแนวทางเสรีนิยมอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเจริญก้าวหน้าจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาประเทศ โดย จอมพล สฤษดิ์ธนะรัชต์ ได้จัดตั้ง องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อหน้าที่หลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยเฉพาะ ซึ่งองค์การดังกล่าวมีความสำคัญมากจนกระทั่งให้อยู่ในสังกัดนายกรัฐมนตรีโดยตรง เพื่อดำเนินงานภายใต้นโยบายและวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 ( สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. อก.0201.2.1.2/17 ) โดยเริ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงานของภาครัฐใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติพ.ศ. 2504-2506 ระยะเวลาที่สอง 2507-2509) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเน้นไปที่การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เช่น การสร้างถนน การสร้างระบบไฟฟ้า เป็นต้น และปัจจัยการบริการพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอต่อชาวต่างชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัด และยังคงเน้นไปที่กิจกรรมเดิมก็คือ การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ( สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ. สำนักนายกรัฐมนตรี, 2507) แต่อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ยังไม่ได้มีความสลับซับซ้อนมากนัก ยังไม่ได้มีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาใช้อย่างเป็นรูปธรรมดังเช่นในปัจจุบัน และ

คู่แข่งของประเทศไทยในภูมิภาคนี้ก็ยังไม่มีความเข้มแข็งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และเสถียรภาพทางการเมืองเท่ากับประเทศไทย จึงทำให้ในสมัยนั้น ประเทศไทย เป็นประเทศแรกๆ ที่อยู่ในความสนใจเดินทางเข้ามาของชาวต่างชาติมากที่สุดในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วภายในระยะเวลาเพียง 40 เท่านั้น ส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน มีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง แต่ละประเทศมีการนำกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว และนวัตกรรมทางการตลาดแบบใหม่เข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องและที่สำคัญในยุคดังกล่าว เอกสารตำรา และงานวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังมีไม่แพร่หลายมากนัก จึงทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลดำเนินไปอย่างตรงไป ตรงมา ไม่มีกลยุทธ์ที่ซับซ้อนในเชิงการแข่งขันให้เห็น แต่ในปัจจุบันกลับพบว่า การส่งเสริมดังกล่าวไม่สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ซึ่งจะต้องอาศัยองค์ความรู้ทางวิชาการที่ถูกต้อง และอาศัยฐานข้อมูลจากการวิจัยที่เพียงพอ ในการนำมาเป็นข้อสารสนเทศตัดสินใจในเชิงนโยบายและการปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยว

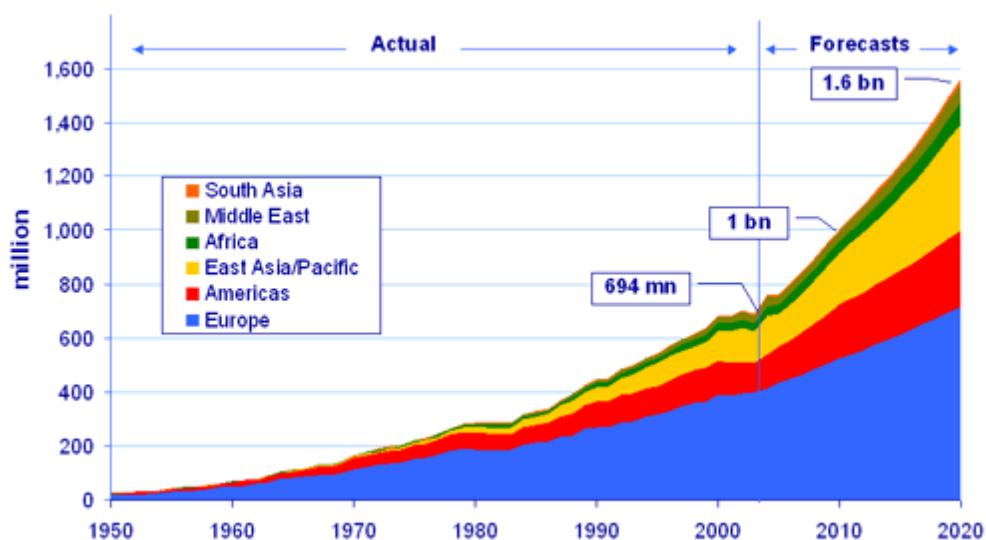
สำหรับในเชิงทฤษฎีแล้วพบว่า แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะมีรูปแบบ วิธีการ และนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากเพียงใดก็ตาม แต่หัวใจสำคัญที่สุดที่จะเป็นตัวตัดสินใจนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปหรือไม่ขึ้นอยู่กับทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศที่มีความสนใจ สมบูรณ์ สามารถสร้างความรู้สึกและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ Branford และ Lee( 2004) ได้เสนอไว้ในหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชื่อ การท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Tourism and Cultural Heritage in Southeast Asia) สรุปได้ว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวตะวันตกที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศดังกล่าวคือ ความสนใจในวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของผู้คนที่แตกต่างไปจากตะวันตกเป็นอย่างมากซึ่งในแต่ละประเทศของภูมิภาคนี้ เช่น ไทย มาเลเซีย เวียดนาม ลาว เป็นต้น ล้วนแล้วแต่มีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก ตลอดจนทรัพยากรทางธรรมชาติก็ไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จุดเน้นที่ทำให้ตัดสินใจอยากจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวก็คือ การประชาสัมพันธ์ที่ดีซึ่งทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เห็นถึงความน่าสนใจทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของประเทศ ตลอดจนความสะดวกในการเดินทางเข้ามาในประเทศสอดคล้องกับ George และ Reid(2005) ที่ได้เสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศที่อยู่ห่างไกลดังเช่นประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันตก ควรที่จะใช้จุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมของภูมิภาคมาเป็นสิ่งเร้า ( Stimulation) ให้

นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเข้าไปเดินทางหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากที่เป็นอยู่ แต่ในทางกลับกันความใกล้เคียงของวัฒนธรรม เชื้อชาติ และประวัติศาสตร์การเมือง ก็ส่งผลสำคัญต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศใกล้เคียงกันได้ ดังเช่นมักจะพบว่า ในประเทศเกาหลีใต้ นั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปมากที่สุดคือ ชาวญี่ปุ่น ซึ่งมีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ร่วมกัน ในกรณีนี้ George และ Reid เสนอว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ต้องเน้นมากก็ได้ เพราะเกิดจากแรงขับภายในเชิงประวัติศาสตร์อยู่แล้ว

Goeldner และ Brent (2006) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ซึ่งหนังสือของเขา ถูกตีพิมพ์เป็นครั้งที่ 10 ในปี ค.ศ. 2006 ได้เสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนว่า แต่ละประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศหนึ่งจึงไม่สามารถที่จะใช้รูปแบบ หรือแนวทางของอีกประเทศหนึ่งมาเป็นต้นแบบได้อย่างสมบูรณ์ ในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรมที่แปลกใหม่สำหรับชาวตะวันตกเป็นอย่างมาก ซึ่งความแปลกใหม่นี้แตกต่างไปจากความแปลกใหม่ของประเทศอียิปต์ หรือแอฟริกา ที่มีต่อชาวตะวันตก ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรที่จะเน้นการทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความแปลกใหม่ของประเทศตนเองในสายตาของชาวตะวันตกให้มาก รวมทั้งการพัฒนาสาธารณูปโภคภายในประเทศให้มีความทันสมัย เท่านั้นก็นับได้ว่าเป็นแก่นสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีดินนอกจากนี้ Davidson (1995) เสนอว่าความซับซ้อนและการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับประเทศนั้น หน่วยงานภาครัฐจะต้องหันมาให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นหากต้องการที่จะพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าจะมีความเสรีในการประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการแต่ละรายก็ตาม หน่วยงานภาครัฐก็ยังต้องส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นในระดับสูงเช่นกัน ถึงจะทำให้ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะว่า การส่งเสริมบางอย่างมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยอำนาจรัฐเข้ามาจัดการจึงจะประสบความสำเร็จได้ เช่น การเปิดบ่อนคาสิโน สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี การใช้อุทยานของชาติเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศ เป็นต้น ดังนั้นจึงไม่ได้หมายความว่า ประเทศเสรีนั้น รัฐบาลจะมีบทบาทในการส่งเสริมอุตสาหกรรมน้อยลงแต่อย่างใดจึงพอที่จะสรุปรวบยอดได้ว่า จุดเน้นที่สำคัญคือ หน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐบาล มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ สามารถให้ประสบการณ์แก่ชาวต่างชาติแล้วเผยแพร่ไปสู่กลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด การพัฒนา

ระบบสาธารณสุขปโภคพื้นฐานให้มีความทันสมัย การส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางของสิ่งต่างๆ เช่น ศูนย์กลางการประชุม ศูนย์กลางการบิน เป็นต้น

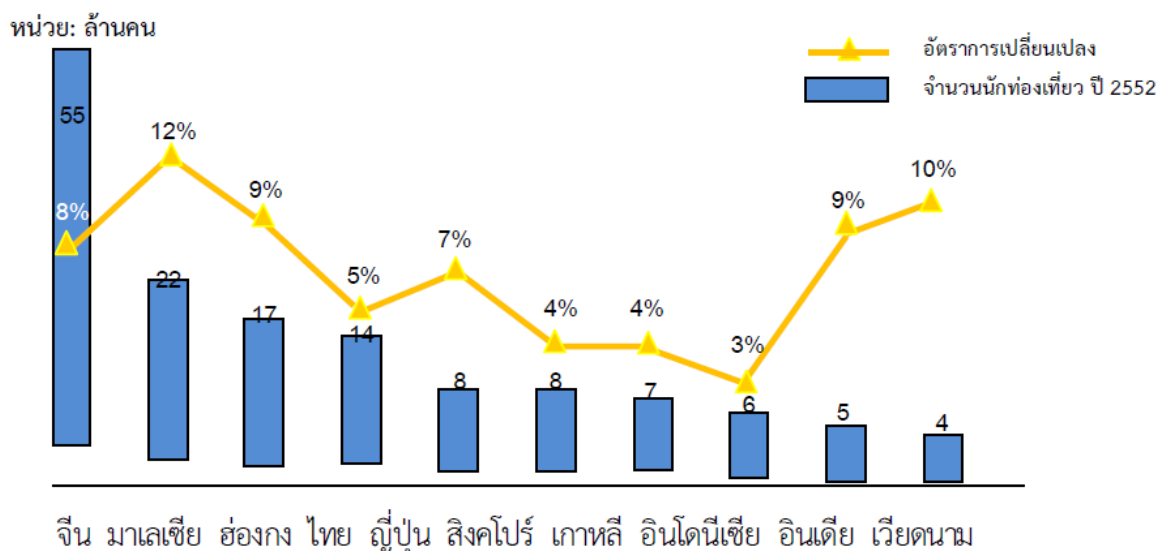
จากอดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นหัวใจสำคัญหนึ่งในการพัฒนาประเทศไทยได้เป็นอย่างดีจึงส่งผลทำให้การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ และรัฐบาล เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) และได้ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน คิดเป็นแรงงานร้อยละ 6 – 7 ของทั้งระบบ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552) และพยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นกว่า มากถึงจำนวน 1,6000 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมคือ คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2554)หากการคาดการณ์ดังกล่าวเป็นจริง หากประเทศไทยต้องการที่จะส่งเสริมการพัฒนาประเทศด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยจะต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมอย่างเร่งด่วน เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังพัฒนาเช่นเดียวกับประเทศไทย



ภาพ 1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2020 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554อ้างอิงจาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO))

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้คาดการณ์ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเกิดใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชีย เช่น จีน อินเดีย และตลาดขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เช่น กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียกลาง เป็นต้น เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในอนาคตอันใกล้ภายในไม่เกิน 10 ปีนี้ ประเทศไทยจะเป็นต้องเป็นเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวให้ได้ การวิเคราะห์ดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้พยายามที่จะผลักดันให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยใช้ยุทธศาสตร์ในระดับมหภาคคือ มีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องคนของตนให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อแย่งชิงตลาดในเวทีโลก

เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่ใกล้เคียงกัน เช่น ประเทศจีน มาเลเซีย ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ อินโดนีเซีย อินเดีย และเวียดนามแล้ว พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2552 นั้น ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 4 เป็นรองจากประเทศจีน มาเลเซีย และฮองกง แต่ในทางกลับกันแล้ว หากพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงแล้ว กลับพบว่าประเทศไทยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพียงแค่อ้อยละ 5 เพียงเท่านั้น ขณะที่ประเทศ อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และประเทศสิงคโปร์ เท่านั้น ในขณะที่ประเทศคู่แข่งสำคัญที่อยู่ใกล้กับประเทศไทย ดังเช่นประเทศเวียดนาม มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเติบโตที่ร้อยละ 10 ประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 12 สถิติดังกล่าวบ่งบอกถึงศักยภาพของประเทศไทยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอนาคตว่ากำลังเกิดปัญหา หรือกำลังที่จะถึงจุดอิ่มตัว ซึ่งนับได้ว่าเป็นโจทย์หนักของรัฐบาลไทยที่จะต้องค้นหากลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคตให้มีความรอบคอบมากที่สุด โดยจะต้องอาศัยทั้งแนวคิดทฤษฎี หลักการ และงานวิจัย มาเป็นข้อสารสนเทศสำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศต่างๆ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

สอดคล้องกับรายงานจากผลการประชุมเศรษฐกิจโลกที่พบว่า ศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยระหว่าง พ.ศ. 2550 2551 และ 2552 ลดลงจากดัชนี 43, 42 และ 39 ตามลำดับ

ปี	ลำดับ			
	ดัชนีภาพรวม	ดัชนีความพร้อมของภาครัฐ (กฎ ระเบียบ บริการพื้นฐาน)	ดัชนีความพร้อมของภาคธุรกิจ	ดัชนีความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2550	43	41	35	59
2551	42	63	42	30
2552	39	70	40	19

ภาพ 3 เปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยระหว่าง 2550 2551 และ 2552 (ที่มา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 อ้างอิงจาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO))

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยพบว่า มากกว่าครึ่ง (8,076,493 คน ในปี 2553) เป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออก โดยมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน และเกาหลี เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวจากตะวันตก มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียใต้ และตะวันออกกลางมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.98 และ 23.00 ตามลำดับแต่เมื่อพิจารณาจากรายได้พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปยังเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 40 ของรายได้นักท่องเที่ยวทั้งหมด 10 (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2553) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หากจะพิจารณาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วก็ไม่อาจที่จะกำหนดกลุ่มลูกค้าหลักที่ชัดเจนได้ เพราะในประเด็นดังกล่าวหากนำจำนวนมาเป็นตัวกำหนด ก็อาจจะกำหนดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก แต่หากว่านำประเด็นของรายได้หรือการใช้จ่ายต่อคนมากำหนดก็จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันตก

เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแล้วจะพบว่า มีความหลากหลาย และเป็นพลวัต นักท่องเที่ยวจะเดินทางมายังกรุงเทพมหานครแล้วเดินทางต่อไปยังจังหวัดต่างๆ เพื่อเดินทางท่องเที่ยวต่อไป มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ซึ่งในปี พ.ศ. 2554 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ทำการสำรวจและจัดอันดับจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมมาเดินทางมากที่สุด พบว่า อันดับที่หนึ่งคือ กรุงเทพมหานคร โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) พระที่นั่งวิมานเมฆ พระที่นั่งอนันตสมาคม (ศิลป์แผ่นดิน) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม หมู่เกาะรัตนโกสินทร์ มีนักท่องเที่ยว เดินทางมาเยี่ยมชมมากถึง 20,754,195 คน ( Online: <http://news.mthai.com/headline-news/147290.html> ค้นหาเมื่อ พุธที่ 23 มีนาคม 2555) และจากการสำรวจระดับโลกของ Euro monitor International's top city destinations ranking ที่ได้ทำการสำรวจถึงเมืองน่าอยู่ระดับโลกในปี ค.ศ. 2009 ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการพบว่า เมืองซึ่งเป็นที่น่าสนใจระดับโลกที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ เมืองลอนดอน ( London City) ของประเทศอังกฤษ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในปี ค.ศ. 2009 มากถึง 14 ล้านคน และอันดับที่ 2 คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ทั้งนี้ทางผู้สำรวจได้ให้เห็นผลว่า กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์รวมทุกอย่างและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย รวมทั้งเป็นเส้นทางคมนาคมหลักในการเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ภายในประเทศไทยด้วย มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เป็น



ทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้า ( Shopping) ของเอเชีย รวมทั้งยังเป็นที่ได้รับความนิยมในการพักผ่อนในระยะเวลาของชาวจีน และชาวตะวันออกกลางด้วย และการขอ VISA ก็เป็นไปได้ด้วยความสะดวกสบาย ( Online: <http://blog.euromonitor.com/2011/01/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking.html> ค้นหาเมื่อ พุธที่ 23 มีนาคม 2555)

'000 arrivals	Rank	2009 Arrivals	% growth 2008/2009
London	1	14,059.0	-4.7
Bangkok	2	9,985.8	-2.2
Singapore	3	9,682.7	-4.3
Kuala Lumpur	4	9,400.0	5.2
Antalya	5	8,867.7	3.5
New York City	6	8,479.0	-10.7
Dubai	7	7,783.0	2.6
Paris	8	7,749.9	-6.9
Istanbul	9	7,543.3	7.0
Hong Kong	10	7,010.6	-3.8

ภาพ 4 อันดับเมืองหลวงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมากที่สุดในโลก ในปี ค.ศ. 2009 (ที่มา Online: <http://blog.euromonitor.com/2011/01/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking.html> ค้นหาเมื่อ พุธที่ 23 มีนาคม 2555)

ถึงแม้ว่ากรุงเทพมหานคร จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 2 ของโลกก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาดูในอันดับที่ 3 และ 4 จะพบว่า เป็นประเทศสิงคโปร์ และ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ของประเทศมาเลเซีย ซึ่งอยู่ติดกับประเทศไทยมาก และเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เมื่อพิจารณาอัตราการเจริญเติบโตจากปี ค.ศ. 2008 – 2009 พบว่า กรุงเทพมหานครมีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลงถึง -2.2 ในขณะที่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 5.2 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เริ่มที่จะเกิดปัญหาขึ้นแล้ว หรืออย่างน้อยที่สุดศักยภาพในการแข่งขันลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน และมีคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศเพื่อนบ้าน กรุงกัวลาลัมเปอร์ ของประเทศมาเลเซีย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมักจะพบว่า เป็นแนวนโยบายในการส่งเสริมในระดับ มหาภาค หรือเป็นนโยบายระดับประเทศเป็นส่วนใหญ่ ที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด ในขณะนี้

คือ การมี ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 ประกาศดังกล่าวมีแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติที่สำคัญ 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ (1)การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (3) การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว (5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กรสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) มีเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ด้านการตลาดท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ปี 2555 ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ คือ (1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีสมดุลในมิติต่างๆ(2) เพิ่มการเติบโตของรายได้อย่างยั่งยืน (3) สร้างแบรนด์“ประเทศไทย” ให้แข็งแกร่งและชัดเจน (4) พัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (5) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่าย ประสานความร่วมมือ และ(6) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหาร

จัดการองค์กร (Online:<http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=2293&NEWS=1> ค้นหาเมื่อ 23 มีนาคม 2555)นอกจากนี้ข้อเสนอของเอกชนที่มีต่อรัฐบาลในการขอให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย นำโดย โฆษกสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย(เพตต้า) ได้เสนอต่อรัฐบาลในวันที่ 21 มีนาคม 2555 โดยมีจุดเน้นว่า รัฐบาลควรที่จะ มีการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ ด้านการท่องเที่ยว โดยรัฐบาลต้องช่วยสนับสนุนให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนมากขึ้น เช่น การผลักดันการลงทุนก่อสร้างสวนสนุกดิสนีย์แลนด์ในประเทศไทย หรือการจัดทำโอบอปปี้ดี (Online: <http://www.dailynews.co.th/businesss/18348>ค้นหาเมื่อ 23 มีนาคม 2555)ทั้งนี้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงที่น่าเที่ยวอันดับที่ 2 ของโลก จากการจัดอันดับในปี ค.ศ.2009 พบว่า แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนจากหน่วยงานภาครัฐยังไม่พบเห็นอย่างเป็นรูปธรรม และมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการมากนัก จากการค้นคว้าเอกสารในเชิงนโยบายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในปีงบประมาณ 2554 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากรุงเทพมหานคร โดยกำหนด 5 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ลำดับที่ 1 พัฒนากกรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งสิ่งแวดล้อม ลำดับที่ 2 พัฒนากกรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ลำดับที่ 3 พัฒนาศักยภาพเมืองเพื่อก้าวทันการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเป็นมหานคร

แห่งการเรียนรู้ ลำดับที่ 4 พัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อเป็นต้นแบบด้านการบริหารมหานคร  
 และลำดับที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการเพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางภูมิภาค (สำนัก  
 ยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร, 2554) ดังจะเห็นได้ว่าในยุทธศาสตร์ดังกล่าวไม่ได้  
 เน้นในเรื่องการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ แต่อาจจะแทรกอยู่ในยุทธศาสตร์อื่นๆ เช่น ยุทธศาสตร์  
 พัฒนากทม. ให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็น  
 ต้น และเมื่อทำตรวจสอบถึงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร โดย กองการ  
 ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีนโยบายในการสร้างจุดเด่นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นว่า  
 กรุงเทพมหานคร แหล่งรวมความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมอันสูงค่าอันเป็นมนต์เสน่ห์ที่  
 สามารถผสมผสานเข้ากับคามทันสมัยของเมืองได้อย่างลงตัวมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะ จนได้รับการ  
 ยอมรับจากนานาประเทศว่ามีความสวยงามน่าท่องเที่ยวมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก  
 ( Online:[http://www.bangkoktourist.com/theme\\_5/Highlight-campaigns.asp?lang=th](http://www.bangkoktourist.com/theme_5/Highlight-campaigns.asp?lang=th)  
 ค้นหาคำเมื่อ 23 มีนาคม 2555) นอกจากนี้ในทางปฏิบัติของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ  
 กรุงเทพมหานคร ในเชิงรุกซึ่งทางกรุงเทพมหานครจะทำการเปิดตัว ผู้ที่ชชกรีนให้ข้อมูลการ  
 ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้เองจากจอภาพทัชสกรีน โดยจะนำไปติดตั้งจุดที่มี  
 นักท่องเที่ยวหนาแน่นสูง และสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส รวมทั้งจัดโปรโมชั่นพิเศษร่วมกับ สายการบิน  
 โรงแรม โรงพยาบาล สนามกอล์ฟ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ในโครงการ Bangkok Smile Card  
 โดยจะประสานบัตรเครดิตร่วมโครงการด้วยเพื่อสร้างเครือข่ายเพิ่มฐานนักท่องเที่ยวมากขึ้น และ  
 เพิ่มความคุ้มค่าการใช้เงินของลูกค้าในการลดราคาสินค้าและบริการ (พิมพ์แนวหน้า ฉบับวัน  
 พุธที่ 16 มิถุนายน 2553 หน้า 6) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในกลุ่ม  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ล่าสุดนี้ มีความชัดเจนในการร่วมไปเปิดบูท ธิ (Boot) ส่งเสริมการ  
 ท่องเที่ยวในงาน International Tourismus-Börse (ITB 2012) ที่ศูนย์การแสดงสินค้า กรุง  
 เบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีเป้าหมายหลักเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้  
 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทราบ ตลอดจนเรียกความมั่นใจในการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร  
 จากเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง และอุทกภัยน้ำท่วมครั้งใหญ่ที่ผ่านมาปลายปี พ.ศ. 2544 โดย  
 การส่งเสริมมุ่งเน้นไปที่การเป็นสถานที่จัดประชุม สัมมนา การขายแพ็คเกจราคาถูก  
 ผลการวิจัยเรื่อง “บุพ บัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขต  
 กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ” โดย อรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ ( 2554) ได้  
 ทำการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร  
 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ( Casual

Relationship) ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรบุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว และการแสวงหาความแปลกใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21, 0.30, 0.12, 0.15 และ 0.23 ตามลำดับ และตัวแปรที่ไม่ได้ส่งอิทธิพล ได้แก่ การจูงใจปัจจัยหลัก และการจูงใจปัจจัยดิ่ง จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร คือ คุณค่าที่รับรู้ (Beta = 0.30) อธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่เงินที่ได้จ่ายไปนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้เป็นอย่างดีที่สุด เป็นเพราะกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีค่าใช้จ่ายไม่แพงมากนักเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ ที่มีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกัน หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น ป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านภาษาและความยุติธรรม ก็จะสามารถสร้างความรู้สึกในด้านการรับรู้คุณค่าได้ เพราะนักท่องเที่ยวจ่ายเงินเท่าเดิมแต่ความสะดวกในการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมีเพิ่มมากขึ้น อันดับต่อมาได้แก่ การแสวงหาความแปลกใหม่ (Beta = 0.23) อธิบายได้ว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีความน่าสนใจ สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าค้นหาให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ ดังนั้นหากกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถที่รักษา หรือกระตุ้นภาพลักษณ์ตรงนี้ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นก็จะเป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้ดี ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว (Beta = 0.21) อธิบายได้ว่า ความพร้อม ความสะดวก ความสวยงาม และความสมบูรณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องได้รับการอนุรักษ์ ปรับปรุง และพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว (Beta = 0.15) อธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเดินทางไปทั่วกรุงเทพมหานครแล้ว ย่อมจะทำให้เกิดความคุ้นเคยในเส้นทางการเดินทาง วิถีชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร การได้มีปฏิสัมพันธ์กับเส้นทางการท่องเที่ยวโดยตรง ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้นหากมีการส่งเสริมในเรื่องของการเดินทางที่สะดวก สบาย การมีแนวทางในการโฆษณาเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับทราบในวงกว้างแล้ว ย่อมที่จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวได้ และสุดท้ายคือ ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว (Beta = 0.12) อธิบายได้ว่า เป็นการได้ทำกิจกรรมร่วมกับแหล่ง

ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร การได้เรียนรู้เชิงลึกเกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมการใช้ชีวิตจนเกิดความรู้สึกผูกพันกับกรุงเทพมหานคร เป็นสิ่งสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวทางสำคัญหนึ่งที่จะได้รับการส่งเสริมให้เกิดขึ้นก็คือ การมีคุณธรรม จริยธรรม ในกลุ่มผู้ประกอบการและชุมชนรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการส่งเสริมในจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทย เนื่องจากสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน การนำแนวทางในการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐที่เป็นแนวทางในระดับมหภาค ( Micro) มาใช้ในการส่งเสริมจะต้องทำการพิจารณาให้รอบคอบ

การตรวจสอบเอกสารข้างต้น ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก สามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาล มีการลงทุนที่ไม่มากนัก โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร นับได้ว่าเป็นหน้าด่านของการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ก็ยังไม่พบว่า มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาทำการกำหนดรูปแบบ และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้พื้นฐานทางวิชาการ และการวิจัยจากสนามการวิจัยจริง แต่ที่พบส่วนใหญ่จะเป็นนโยบาย และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับมหภาคเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นนโยบายกว้างๆ สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ทั้งนี้หากกรุงเทพมหานคร ไม่มีรูปแบบ และแนวทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในด้านด้านต่างๆ ที่จำเป็น เช่น การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในภาคธุรกิจจริง การพัฒนาโครงสร้างทางด้านสาธารณูปโภคที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะ การนำกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเข้ามาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้นแล้ว ก็อาจจะส่งผลทำให้ตำแหน่งเมืองท่องเที่ยวระดับโลกเกิดผลกระทบได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเป็นหน้าด่านสู่การท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย และมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่นๆ จึงมีความพยายามที่จะนำเสนอรูปแบบ และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในเชิงวิชาการ เพื่อที่จะได้เป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังเช่น กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น ในการเป็นข้อสารสนเทศในการตัดสินใจกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยต่อยอดจากการวิจัยครั้งที่ผ่านมาของ อรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ ( 2554) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงวิชาการนี้ มีกระบวนการเก็บข้อมูลที่หลากหลายเพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำเป็นข้อเสนอแนะทางวิชาการ ประกอบด้วย ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ( Non Participant Observation)และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ( In-depth Interview)จากกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยตรง( Stakeholder) ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มข้าราชการที่เกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย และกลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและตรวจสอบข้อเสนอแนะทางวิชาการด้วยการวิพากษ์วิจารณ์ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม ( Focus Group) จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

### ความสำคัญของการวิจัย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับประเทศ เพราะว่ากรุงเทพมหานครมีทรัพยากรการท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทย ซึ่งทำให้แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับมหภาค หรือระดับประเทศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หากจะนำมาใช้จะต้องทำการพิจารณาและปรับแก้ด้วยความรอบคอบ นอกจากนี้แล้วยังพบว่าเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น ไม่สามารถที่จะกำหนดด้วยกลุ่มบุคคลเพียงกลุ่มเดียวได้ เพราะว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงมีความหลากหลาย สามารถจำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มข้าราชการที่เกี่ยวข้องในเชิงนโยบาย และกลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับบริบทที่มีความเฉพาะของกรุงเทพมหานคร และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ดังนี้

- 1) การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ดำเนินการต่อยอดจากผลการวิจัยเรื่อง บุพ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ค้นหาตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การวิจัยดังกล่าวใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ

(Quantitative Method) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบย้อนรอยหาสาเหตุ (Casual Relationship Research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ คุณค่าที่รับรู้ การแสวงหาความแปลกใหม่ ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว และความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.30, 0.23, 0.21, 0.15 และ 0.12 ตามลำดับ และตัวแปรที่ไม่ได้ส่งผลได้แก่ การตั้งใจปัจจัยผลึก และ การตั้งใจปัจจัยตั้ง ตัวแปรทั้งหมดที่ทำการศึกษสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มากถึงร้อยละ 73 จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้นำทำการศึกษาร่วมกับข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการของนักวิชาการที่ทำการศึกษเกี่ยวกับส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Horner (2001) McKercher (1998) Herrenmans (2006) สามารถกำหนดกรอบแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครเป็นหลักใหญ่ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ (2) ด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ (3) ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ (4) ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวซึ่งองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นองค์ความรู้ในเชิงลึก ที่มีความน่าเชื่อถือในการนำมากำหนดแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี

2) การค้นพบแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติในครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ซึ่งจะเป็นข้อเสนอ หรือแนวทางที่จะสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้จริงตรงกับสภาพความเป็นจริงของปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครโดยตรง

3) ทำให้ได้ข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มผู้ประกอบการ เพราะว่ากลุ่มผู้ประกอบการเป็นบุคคลสำคัญที่สุดในฐานะที่ได้ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว รับทราบถึงความต้องการ และปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการนักท่องเที่ยว การมีข้อเสนอแนะในเชิงลึกสำหรับกลุ่มนี้โดยเฉพาะจะทำให้การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นไปอย่างตอบสนองกับความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งหาก

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ก็จะมีผลทำให้มีการบอกต่อกันไปในกลุ่มเพื่อชาวต่างชาติด้วยกันให้หันมาสนใจ และมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการประหยัดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ได้

4) ทำให้ได้ข้อเสนอแนะ หรือแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ในเชิงนโยบายที่ครอบคลุม ที่จะสามารถนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบ และแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้โดยมีความผสมกลมกลืนกันวัฒนธรรมเดิมของประเทศไทย รวมทั้งได้ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์แห่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ทำให้ได้ทราบถึงหลักการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นข้อมูลในเชิงวิชาการ และสามารถที่จะนำไปใช้ในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนในสาขาดังกล่าว

### ขอบเขตของการวิจัย

การค้นหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ครั้งนี้อาศัยข้อมูลพื้นฐานที่มีความเฉพาะด้านบริบทของทรัพยากรการท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะ โดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย จึงทำให้มีข้อจำกัดหลักในการนำไปประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย และยังข้อจำกัดในด้านเนื้อหาของการวิจัย กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล ตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

#### 1) เนื้อหาของการวิจัย (โครงสร้างพัฒนาต่อยอดจากผลการวิจัยเดิม)

การตรวจสอบเอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่า นักวิชาการหลายท่านได้เสนอมุมมองในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปตามมุมมองที่ถนัด การกำหนดขอบเขตเชิงเนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ ได้บูรณาการแนวคิดของ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Homer (2001) McKercher (1998) Herrenmans (2006) สามารถสรุปขอบเขตของแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติออกเป็น 4 ด้านที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ หากมีข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติมที่แตกต่างไปจากนี้ ประกอบด้วย



1.1) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโครงร่างของการนำเสนอ ประกอบด้วย

1.1.1) แนวทางในการเสริมสร้างจิตสำนึกแห่งการให้บริการ

1.1.2) แนวทางในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละประเทศ

1.1.3) แนวทางในการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ในการให้บริการ

1.1.4) แนวทางในการให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน และองค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ

1.1.5) แนวทางในการลดหย่อน ผ่อนปรน กฎระเบียบบางประการเพื่อให้เอื้อต่อการประกอบกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

1.1.6) แนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.2) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโครงร่างของการนำเสนอ ประกอบด้วย

1.2.1) แนวทางในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านความต้องการต่อแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.2.2) แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ

1.2.3) แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคเอกชนในต่างประเทศ

1.2.4) แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเทคนิคการสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.5) การกำหนดภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครในสายตาของชาวต่างชาติที่ยั่งยืน

1.3) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโครงร่างของการนำเสนอ ประกอบด้วย

1.3.1) แนวทางในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในเชิงบูรณาการ

1.3.2) แนวทางในการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานให้คงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในเชิงบูรณาการ

1.3.3) แนวทางในการส่งเสริมให้ประชาชนที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์

1.3.4) การพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.4) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโครงร่างของการนำเสนอ ประกอบด้วย

1.4.1) แนวทางในการเพิ่มและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการ รสนิยม และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.4.2) แนวทางในการพัฒนาด้านการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวขอยอดนิยมเขตกรุงเทพมหานครที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.4.3) แนวทางในการเพิ่มความรู้ด้านภาษาให้กับผู้ให้บริการด้านการขนส่ง เช่น กลุ่มผู้ขับแท็กซี่ กระเป่ารถเมล์ เรือโดยสาร เป็นต้น

1.4.4) แนวทางในการพัฒนาด้านป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

## 2) กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูล

การจัดทำข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ประกอบด้วย การตรวจสอบและวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ( Non Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) แต่ละเทคนิควิธีการ กำหนดลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ( Non Participant Observation) ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยผู้วิจัยเป็นหลัก โดยมีผู้ช่วยนักวิจัยประมาณ 3 – 4 คน

2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการสัมภาษณ์กับบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มแกนนำผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มข้าราชการระดับบริหารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน

และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครโดยตรง มีผลงานทางวิชาการที่โดดเด่น จำนวน 5 คน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการ พัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร

2.3) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อวิพากษ์ วิจารย์ และหาข้อสรุปร่วมกัน เกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประมาณ 5คน

### 3) ตัวแปร/ เป้าหมายที่ศึกษา (Objective)

ข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขต กรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิจัยเชิงนโยบาย ( Policy Research) ที่ไม่ได้มี เป้าหมายหลักเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร หรือพรรณนาสภาพการณ์ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่มีเป้าหมายหลักเพื่อค้นหาข้อสรุปในการดำเนินงาน หรือแนวทางในการปฏิบัติบางอย่าง ซึ่งจะต้องอาศัยกระบวนการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย การวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการดำเนินงาน เรียงลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์เอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผลการวิจัยของ อรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ ( 2554) เรื่อง บุพ บัศจรรย์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ซึ่งได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยตรง เพื่อกำหนด กรอบของเนื้อหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ โดยอาศัยการบูรณาการแนวคิดของ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002 ) Swarbrooke และ Horner(2001 )McKercher (1998 ) Herrenmans (2006) ประกอบกับเอกสารทางวิชาการอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดโครงร่างเพื่อนำเสนอ 4 ด้าน ประกอบด้วยแนวทางด้าน ( 1) ด้านการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ( 2) ด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (3) ด้านการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ (4) ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในแต่ละ ด้านได้กำหนดประเด็นที่ศึกษาไว้แล้ว แต่ก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ตามข้อมูลเชิงคุณภาพที่ ค้นพบในลำดับต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ด้วยเทคนิคการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) โดยผู้วิจัยเป็นหลัก เพื่อสังเกตการณ์ถึงลักษณะของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ตรวจสอบสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จุดเด่นและจุดด้อยของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หลังจากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหาความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างโครงร่าง (Outline) แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงทฤษฎี วิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนที่ 1 บูรณาการกับข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่เก็บได้จากขั้นตอนที่ 2 เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางที่ชัดเจน เป็นลำดับขั้นตอน และรายตัวชี้วัดของลักษณะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการวิพากษ์วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วมกันเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้สร้างขึ้นในขั้นตอนที่ 3 ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังจากนั้นแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับข้อเสนอแนะไปปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น แล้วทำเป็นข้อสรุปฉบับสมบูรณ์ที่ได้จากการสนทนากลุ่มนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มาสนทนากลุ่มตรวจสอบอีกครั้งเป็นรายบุคคล หากผู้เชี่ยวชาญทุกท่านยอมรับทั้งหมดแล้วก็ถือว่าได้แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ฉบับสมบูรณ์

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1) นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง ชาวต่างชาติที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ทั้งอาจจะเป็นการท่องเที่ยวโดยตรง หรือวัตถุประสงค์รอง เช่น การมาประชุมสัมมนา การมาติดต่อทำธุรกิจแล้วใช้เป็นโอกาสในการท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในทุกรูปแบบที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบของธรรมชาติ โบราณสถาน สถานที่ค้าขายสินค้าโรงแรมที่พักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี

3) การค้นหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการดำเนินการสร้างข้อเสนอแนะ และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยอาศัยกระบวนการวิจัยที่เป็นขั้นตอนอันมีความน่าเชื่อถือ และการสรุปผลโดยการลดอคติ และความลำเอียง

4) กลุ่มแกนนำผู้ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครโดยลูกค้าส่วนใหญ่แล้วเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งผลการประกอบธุรกิจเป็นที่ยอมรับในสังคมว่าประสบความสำเร็จ มีลูกค้าชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการในสถานประกอบการเป็นจำนวนมาก

5) กลุ่มข้าราชการระดับบริหาร หมายถึง ผู้ที่เป็นข้าราชการระดับบริหาร หรือระดับซี 8 ขึ้นไป ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ปฏิบัติงานด้านนี้มาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานในด้านความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

6) กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง นักวิชาการอิสระ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัย ที่ทำงานวิจัย เขียนตำรา บทความ หรืองานวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการว่ามีความเชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

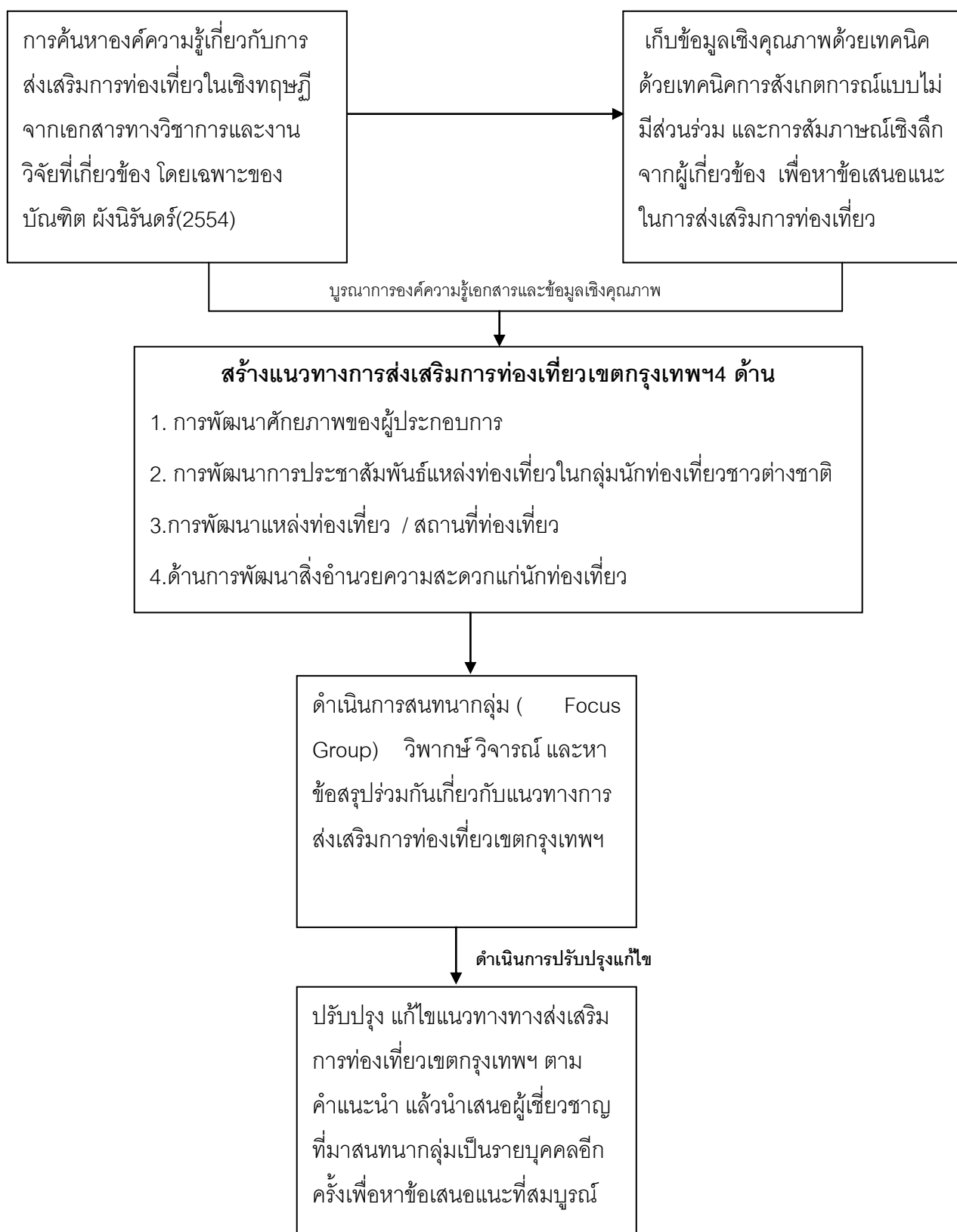
7) แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องโดยให้ความสำคัญกับผลการวิจัยของอรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ (2554) เพราะการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยต่อยอดจากผลการวิจัยดังกล่าว นอกจากนี้แล้วยังมีแนวคิดทฤษฎีหลักที่ศึกษาเพิ่มเติมนำมาเป็นกรอบแนวคิดสำคัญ ประกอบด้วย Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Horner (2001) McKercher (1998) Herrenmans (2006) ซึ่งได้กำหนดกรอบใหญ่ในเชิงทฤษฎีของข้อเสนอแนะทั้งหมด 4 ด้าน

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม  
ในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ  
สัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อค้นหาความคิด และ  
ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทจริงของกรุงเทพมหานคร แล้วบูรณา  
การข้อมูลทั้งหมดที่ได้ทั้งจากเอกสาร การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก  
มาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะทางวิชาการ

นำข้อเสนอแนะทางวิชาการที่ร่างขึ้นมาทำการตรวจสอบกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วย  
กระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้วิพากษ์วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วม เพื่อให้ผู้วิจัย  
นำไปปรับปรุงแก้ไข และเมื่อแก้ไขเสร็จแล้ว ก็นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญรายบุคคลได้ตรวจสอบความ  
ถูกต้อง การให้การยอมรับอีกครั้งหนึ่ง ก็จะถือว่าได้ข้อเสนอแนะทางวิชาการฉบับสมบูรณ์ บวน  
การดังกล่าว แสดงรวมอยู่ในกรอบแนวคิดดังภาพประกอบ



ภาพ5 กรอบแนวคิดในการวิจัย