

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ภาพรวมของกระบวนการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยต่อยอดจากการวิจัยครั้งที่ผ่านมาของ อรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ (2554) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กระบวนการเก็บข้อมูลประกอบด้วย

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

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

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการสัมภาษณ์กับบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มแกนนำผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มข้าราชการระดับบริหารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน และ กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยตรง มีผลงานทางวิชาการที่โดดเด่น จำนวน 5 คน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานคร

3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อวิพากษ์วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วมกันเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประมาณ 5 คน

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาข้อเสนอทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขต กรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้มาจากการบูรณาการข้อมูลจากแหล่งสำคัญ 3 แหล่งด้วยกันได้แก่ (1) ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Document Research) โดยให้ความสำคัญกับผลการวิจัยที่ผ่านของ บัณฑิต ฝั่งนิรันดร์ (2554) เรื่อง บุปผาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยตรง เพื่อกำหนดกรอบของเนื้อหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขต กรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยอาศัยการบูรณาการแนวคิดของ Mancini (2005) Morgan และ Prichard (2000) Holloway (2002) Swarbrooke และ Horner(2001)McKercher (1998) Herrenmans (2006) ประกอบกับเอกสารทางวิชาการอื่นๆ (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) ในแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครขอดนนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว (In-depth Interview) และ 4) ได้นำทำการวิพากษ์วิจารณ์ และหาข้อสรุปร่วมกันของโครงร่างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขต กรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผลการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสร้างข้อเสนอแนะทางวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ข้อเสนอแนะหลักได้แก่ (1) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ มี 6 กรอบการดำเนินงาน (2) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมี 5 กรอบการดำเนินงาน (3) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มี 4 กรอบการดำเนินงานและ (4) แนวทางในการส่งเสริมด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มี 4 กรอบการดำเนินงาน

อภิปรายผลการวิจัย

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานแล้ว เนื่องจากมองเห็นถึงผลกระทบด้านบวกที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และ ความรู้ทางด้านวิทยาการสมัยใหม่ มากกว่าผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นทางด้านวัฒนธรรม แต่ผลกระทบด้านลบก็เกิดขึ้นมา และอยู่ในการกำกับของหน่วยงานภาครัฐเสมอมา แสดงให้เห็นว่า ทิศทางเชิงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่ได้ปิดกั้นการไหลบ่าของวัฒนธรรม จากต่างชาติ แต่เน้นการส่งเสริมและดึงรั้งไปพร้อมๆ กัน แต่อย่างไรก็ตาม แนวทางหลักในการส่งเสริม นั้นยังคงเป็นแนวทางในระดับชาติ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วก็พบว่า ประเทศไทยนั้น แต่ละจังหวัดมีความ แตกต่างกันออกทั้งในเรื่องทางด้านกายภาพ ประเพณีวัฒนธรรม จึงพบว่า แผนการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีลักษณะครอบคลุมทั้งประเทศไม่เฉพาะเจาะจงเท่าที่ควร (จิราภรณ์ อัมพร พรรดี, 2547; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544; 2551; 2552) โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจของนิตยสารการท่องเที่ยวระดับ เป็นเมืองหลวงนำท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของโลกติดต่อกัน หลายปี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมองว่ากรุงเทพมหานครมีเอกลักษณ์ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งก็คือ การมีความผสมผสานลงตัวของความทันสมัยกับวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เพราะว่า กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยวัดวาอารามเป็นจำนวนมาก สำหรับชาวตะวันตกแล้ว เป็นที่น่า ประหลาดใจมากที่ใจกลางเมืองซึ่งเต็มไปด้วยรถรา ตึกรางบ้านช่อง จะยังมีวัดวาอารามเป็นจำนวน มาก และวิถีชีวิตของประชาชนก็ยังคงรักษาไว้ซึ่งประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2548; อรุณรุ่ง วงศ์กังวานและคณะ, 2554; Davidson, 1995) ซึ่งแตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆ ของ ประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้น แนวนโยบาย หรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร จึงควรที่จะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากจังหวัดอื่นๆ และไม่สามารถที่จะใช้กลยุทธ์การ ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับประเทศแต่เพียงอย่างเดียวในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวทางหลักที่หนึ่ง สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะเน้น ความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เพราะว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หากผู้ให้บริการมีศักยภาพแล้วก็จะส่งผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนก็คือ การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น ที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนา ศักยภาพของผู้ประกอบการทุกระดับเป็นอย่างมาก เน้นเรื่องความมีมาตรฐานของอาหาร ที่พัก คุณลักษณะต่างๆ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง

ยังยืน (Holloway, 2002; Herrenmans, 2006) มีตัวอย่างของหลายประเทศที่พบว่า ไม่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่กลับเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก ดังเช่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น Davidson (1995) อธิบายว่า จุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ไม่ได้อยู่ที่ทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่อยู่ที่ทรัพยากรมนุษย์ หรือผู้ประกอบการ (Enterprise) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมมาพักผ่อนควบคู่กับการทำธุรกิจ ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีมาตรฐาน การท่องเที่ยวในส่วนต่างๆ ของเมืองมีความปลอดภัย มีสุขลักษณะที่ดี ไม่มีการเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงให้เห็นชัดเจนว่า ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ล้วนมีศักยภาพสูง มองเห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวว่าเป็นหัวใจ แตกต่างจากกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวมีเป็นจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะขนาดเล็ก ยังไม่มีประสิทธิภาพในการให้บริการเท่าที่ควร โดยเฉพาะในเรื่อง จิตสำนึกการให้บริการ และควมมีคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบพรณ ทงห่อ ; และคนอื่นๆ (2549) มองว่า เรื่องความปลอดภัย การเอาัดเอาเปรียบ นั้นเปรียบเสมือนกับมะเร็งร้ายของการท่องเที่ยวไทย ที่คอยกัดกินให้การท่องเที่ยวไทยค่อยๆ ตายลงไป ดังนั้น แนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มากที่สุด โดยเฉพาะรูปแบบของการมีส่วนร่วมระหว่าง พนักงาน กับเจ้าของกิจการที่จะต้องคอยแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างเสมอเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรม รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

แนวทางหลักที่สอง สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะเน้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เพราะว่า ปัจจุบันตลาดการแข่งขันการท่องเที่ยวของเมืองหลวงประเทศต่างๆ มีปริมาณสูง Briggs (1997 และ Godfrey และ Clarke (2000) อธิบายในทิศทางเดียวกันว่า โลกของการสื่อสารปัจจุบัน การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จได้ส่วนหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญและเป็นส่วนใหญ่ คือ การสร้างกระแสการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับเมืองนั้นๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ ประเทศเกาหลีใต้ ที่สามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมบันเทิงได้เป็นอย่างดี ถึงแม้กระทั่งเมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ ก็ยังต้องอาศัยการสร้างกระแส การประชาสัมพันธ์ จากการจัดกีฬาโอลิมปิก ในปี 2012 เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยรูปแบบต่างๆ มีความสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้แล้ว Godfrey และ Clarke (2000) อธิบายเกี่ยวกับ

อำนาจของทรัพยากรที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าสนใจ หากปราศจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้ว ก็จะเป็นทรัพยากรที่ไม่มีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางที่มีความเหมาะสม

แนวทางหลักที่สาม สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะเน้นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในประเด็นนี้ Godfrey และ Clarke (2000) ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งมองว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายรวมถึงทั้งลักษณะทิวทัศน์ และ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีความสำคัญต่อการจูงใจนักท่องเที่ยวมาก ไม่ว่าจะมีความยากลำบากเพียงใด หากสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีพลัง Briggs (1997) อธิบายเพิ่มว่า จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอย่างอื่นเพิ่มเติมด้วย เช่น สถานที่สวยงาม สินค้าและบริการราคาเป็นธรรม มีความปลอดภัย แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราโมชน์ รอดจรัส (2553) ได้อธิบายถึงลักษณะของประเทศไทยที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยว่าประกอบไปด้วยสาเหตุหลายประการ หนึ่งในนั้นได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลาย เช่น ในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวง เป็นแหล่งเศรษฐกิจของประเทศ แต่ก็ยังมีวัด โบราณสถานเก่าแก่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติผสมผสานอยู่ด้วย แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ความหลากหลายดังกล่าวก่อให้เกิดความคุ้มค่าที่จะเดินทางมาครั้งเดียว แล้วได้ท่องเที่ยวในหลายที่ ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงเปรียบเสมือนการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ที่ได้อธิบายถึงหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า ต้องให้ความสำคัญกับอ นุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable) ซึ่งก็เป็นการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ดังนั้น แนวทางสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน สะอาด สวยงามอยู่เสมอ

แนวทางที่สี่ แนวทางสุดท้ายที่ผู้วิจัยนำเสนอ จะเน้นให้ความสำคัญของการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สะอาดให้กับนักท่องเที่ยว Branford และ Lee(2004) อธิบายว่า การสร้างสิ่งแวดล้อม สะอาดจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวยอดเขาสูง แต่เดิมนั้น

นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางด้วยตัวเอง ฝ่าอันตรายต่างๆ และต้องเหนื่อย กว่าจะไปถึงแหล่งท่องเที่ยว จากลักษณะความสะดุดดังกล่าว จะพบว่ามียกนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งเพียงเท่านั้น แต่เมื่อมีการพัฒนามาเป็นระบบกระเช้าลอยฟ้า การเดินทางไปยังยอดเขาก็จะมีความสะดวก รวดเร็วขึ้น ซึ่งจะพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน จากปรากฏการณ์ดังกล่าว Branford และ Lee จึงได้สรุปว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพิ่มมากขึ้นจะแสดงให้เห็นถึงจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นด้วย การพัฒนาหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทรวงศ์ดังกล่าว จึงเน้นที่การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับแนวคิดของ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ , (2544) แห่งสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้ขยายความวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ว่าเป็นความยั่งยืนที่ระดับคุณภาพการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และให้ความหมายการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล (World Class destination) มุ่งองค์ประกอบของระบบ สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ จากทรวงศ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญที่จะต้องดำเนินการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น จะประสบความสำเร็จได้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม โดยเฉพาะจากภาคประชาชน เพราะว่า เรื่องของการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นเรื่องของสถานประกอบการ และภาครัฐเพียงอย่างเดียว ประชาชนทุกคนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งสิ้น มาตรการ หรือกลยุทธ์ใด ที่ปราศจากการมีส่วนร่วมแล้วจะไม่มีที่ยั่งยืน
2. เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น เป็นจริงในทางปฏิบัติ นอกจากจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณแล้ว ยังจะต้องมีการกำหนดตัวผู้รับผิดชอบการดำเนินงานในแต่ละด้าน อย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอควบคู่ไปด้วย เพราะว่า จุดอ่อนของประเทศไทยยังคงอยู่ที่การประเมินผลการดำเนินงาน
3. นโยบายการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสังคมในทุกมิติ เพราะเป็นการไหลเวียนของวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย หากสังคมไทยมีความอ่อนแอก็จะเสี่ยงต่อการล่มสลายของสังคมได้ง่าย การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องเตรียมความพร้อมของประชาชน

ด้วยระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ ให้นักเรียน เยาวชน ได้มีโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมจากต่างชาติ อย่างเท่าทัน

4. ทิศทางอนาคตของการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จะมีคู่แข่งเกิดขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้านดังเช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่มีอันดับเมืองนำท่องเที่ยวใกล้เคียงกับ กรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงต้องเร่งสร้างจุดขายใหม่ของกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น เช่นการเป็นเมืองแห่งแฟชั่น เมืองแห่งอาหารอร่อย เป็นต้น

5. พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวในเชิงรุกมากขึ้นกว่านี้ โดยพยายามชูธงในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในเรื่องการเดินทางที่ประเทศไทยจะมีรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น และเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว