

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชน
สุนทรศิริ เขตห้วยขวาง



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ใน
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรคีรี เขตห้วยขวาง



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

A STRATEGIC PLAN FOR INTEGRATED SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM
DEVELOPMENT IN BANGKOK, THAILAND AND THE PILOT PROJECT AT SUNTHORSIRI
COMMUNITY, HUAI KHWANG DISTRICT



TEPIN CRAIVANICH

A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
May 2023

Copyright 2023 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ใน
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง

ของ เทพิน ไคว์วานิช

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชคณา)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร. ณิชูรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุทธิพงษ์)

เรื่อง:	แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง
ผู้วิจัย:	เทพิน ไคร์วานิช, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนินภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา
คำสำคัญ:	แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ 1) ศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินการในโครงการนำร่อง ในชุมชนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสม มีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นหลัก และมีงานวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลเชิงคุณภาพ รวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 32 คน จากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ตอบภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว รวม 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพที่โดดเด่นในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน และด้านการมีกิจกรรมปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาจิตใจ ในส่วนที่เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พบว่า วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาดังกล่าว ได้แก่ การพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่น ระดับนานาชาติ โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่มีอัตลักษณ์ และจุดขาย ตำแหน่งทางการตลาด (Position) ในรูปแบบของแบรนด์ย่อย ดังนี้ ตำแหน่งที่ 1 แบรนด์เที่ยวกรุงเทพมหานครอัจฉริยะ สีเขียวที่น่าอยู่แห่งอุทยานีย์ ตำแหน่งที่ 2 เอือนกรุงเทพมหานคร เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองธุรกิจ มหกรรมบันเทิง ดนตรี กีฬา สุขภาพการแพทย์ ตำแหน่งที่ 3 เที่ยวกรุงเทพฯเป็นหนึ่งในสังคมหลากหลายวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา 24 ชั่วโมง ตำแหน่งที่ 4 เอือนกรุงเทพมหานครแห่งห้วยเทพ เพื่อตีตลาดความงามของศิลปะวัฒนธรรมผ่อนคลาย จังหวะชีวิตสู่ความเนิบช้าและความสงบแห่งจิตใจ ในส่วนของการประเมินโครงการนำร่องของแผนพัฒนาหมู่บ้านสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพอใจในการเยี่ยมชมชุมชนที่เป็นหมู่บ้านกลางกรุงเทพมหานคร เรียนรู้ทางวิถีชีวิต ริมคลอง และวิถีชีวิตในเมือง ส่วนชุมชนสุนทรศิริ มีความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนกลางเมืองเพื่อไม่ให้ถูกกลืนโดยการเติบโตของเมือง

Title: A STRATEGIC PLAN FOR INTEGRATED SUSTAINABLE CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT IN BANGKOK, THAILAND AND THE PILOT PROJECT AT SUNTHORSIRI COMMUNITY, HUAI KHWANG DISTRICT

Author: Tepin Craivanich, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2022

Advisor: Professor Dr. Payom Dhamabutra Co–advisor Assistant Professor Dr.Kannapa Pongponrat Chieochan Professor Dr.Seri Wongmonta

Keywords: Creative Tourism, Strategic Plan

ABSTRACT

The objectives of this research are to 1) study The potential of Bangkok metropolitan to develop integrated sustainable creative tourism 2) Create strategic plan to develop creative tourism in Bangkok 3) Evaluate the implementation of the pilot project of the plan in a community in Bangkok. The research uses mixed method: qualitative as the main research while quantitative as a supporting one. The qualitative research tools are : community study checklist, tourism resource audit checklist and structured in–depth interview and focus group from. Qualitative data are collected form 32 key informants from public, private, people and tourist sectors. Data are verified and analyed with triangulation and content analysis, Qualitative research tools is the questionnaire data are collected from 400 respondents. The statistics used in this research are: percentage, means and standard deviation.

The findings reveal that 1) the 4 potentials of Bangkok are: diverse tourism resources, sustainable management, people participation and green awareness activities to develop sustainable tourism in big city. 2) The vision of the strategic plan is to develop Bangkok to become a world outstanding creative tourism destination with 4 unique selling points (positions) in 4 positions: position No1: visit Bangkok, smart green city of south East Asia. position No2: Visit Bangkok city of creative economy, Business center entertainment, arts, music, sport, food, health and medical events. position No.3 Visit Bangkok 24 hours vibrant multi culture city. position No4: Visit Bangkok “the City of Angels” 3) The evaluation of the pilot project in Sunthonsiri community reveals that the tourists are satisfied with the familiarization trip in this community experiencing canal cruising, international and local food, temple and museum visit While Sunthonsiri community believe that their strategic plan will be road map to sustainable development.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก คณาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา นำโดย รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์นภา พงศ์พันธ์วงศ์ เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นที่ปรึกษางานวิจัย และกรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ทำให้วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ชูษณะ เตชคณา ที่ได้ให้ความกรุณามาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ และกราบขอบพระคุณ ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของท่านทั้งหลาย และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกเหนือจากนั้น ขอขอบพระคุณตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยงที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลตอบแบบสัมภาษณ์ รวมถึง ขอขอบคุณผู้บริหารชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่างๆ เชื้อต่อการทำงาน ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามจนทำให้งานวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ผู้วิจัยได้กล่าววาม และไม่ได้กล่าววามตามประกาศรายชื่อ ณ ที่นี้ ผู้วิจัยหวังว่า งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะมีประโยชน์ จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่เหล่าคณาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา จนทำให้ผลงานวิทยานิพนธ์เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

เทพิน ไคว์วานิช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
1. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา	9
2. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์	23
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	30
4. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	38
5. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง	60
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	108
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	122
การวิจัยเชิงคุณภาพ	124
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	124

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	124
การเก็บรวบรวมข้อมูล	125
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	126
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	127
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	127
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ	128
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	129
การเก็บรวบรวมข้อมูล	130
การวิเคราะห์ข้อมูล	130
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)	132
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	132
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	134
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	134
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2.....	195
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 3	253
บทที่ 5 บทสรุป.....	288
สรุปผลการวิจัย	288
อภิปรายผลการวิจัย.....	326
ข้อเสนอแนะ.....	336
บรรณานุกรม	338
ภาคผนวก	344
ภาคผนวก ก แบบรายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน	345
ภาคผนวก ข รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว.....	349

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และ นักวิชาการ	354
ภาคผนวก ง แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว	361
ภาคผนวก จ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน	376
ภาคผนวก ฉ รายนามผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	389
ประวัติผู้วิจัย	390



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดง SWOT และ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการ อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร	192
ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	202
ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	205
ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	206
ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพมหานคร.....	207
ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	208
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร	210
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร	212
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านมหรหรรรมและปรากฏการณ์สำคัญในกรุงเทพมหานคร	214
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านกิจกรรมในกรุงเทพมหานคร.....	215
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านบริการในกรุงเทพมหานคร	216
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการวิเคราะห์จุด แข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร	218

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของคักยภาพใน
 พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร.....224

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของวิสัยทัศน์ในการ
 พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร.....230

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ใน
 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร 236

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 1
 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในการ
 พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ 1.1 กลยุทธ์การใช้
 ประโยชน์พื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร..... 238

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 2
 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจาย
 รายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน
 กรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว กลยุทธ์ 2.2
 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว243

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 3
 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนใน
 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ 3.1 กลยุทธ์การ
 บริหารจัดการการท่องเที่ยว กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้.....246

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 4
 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ
 อย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ 4.1
 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์
 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....249

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) และ TOWS
 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ .. 265

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง.....279

ตาราง 22 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....282

ตาราง 23 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรืออย่างยั่งยืนแบบ บูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	301
ตาราง 24 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน.....	303
ตาราง 25 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	305
ตาราง 26 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน.....	307
ตาราง 27 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรืออย่างยั่งยืนแบบ บูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	322
ตาราง 28 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน.....	323
ตาราง 29 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	324
ตาราง 30 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน.....	325



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ส่วนประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	11
ภาพ 2 โครงการ Finnish Hotel of Tomorrow (FHOT)	58
ภาพ 3 กรอบการวิจัย (Conceptual Framework).....	121
ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Conceptual Framework)	123
ภาพ 5 แผนที่กรุงเทพมหานคร.....	136
ภาพ 6 แม่น้ำเจ้าพระยา	157
ภาพ 7 สวนลุมพินี.....	160
ภาพ 8 สวนหลวง ร.9	162
ภาพ 9 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม.....	165
ภาพ 10 วัดอรุณราชวราราม	168
ภาพ 11 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	170
ภาพ 12 วัดเล่งเน่ยยี่	172
ภาพ 13 ศาลพระพิฆเนศ	174
ภาพ 14 วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา	176
ภาพ 15 วันสงกรานต์ถนนข้าวสาร.....	178
ภาพ 16 เทศกาลตรุษจีน.....	180
ภาพ 17 เทศกาลกินเจ	182
ภาพ 18 ทำบุญไหว้พระ 9 วัด.....	184
ภาพ 19 ซ็อบบิ้ง	186
ภาพ 20 ภาพรถไฟฟ้า BTS.....	187
ภาพ 21 แผนที่เขตห้วยขวาง	257

ภาพ 22 โครงสร้างการบริหารจัดการเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ	273
ภาพ 23 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบ เชิงยุทธศาสตร์ (SEA)	294
ภาพ 24 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	296
ภาพ 25 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน	297
ภาพ 26 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	298
ภาพ 27 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนา สังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	299
ภาพ 28 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน	300
ภาพ 29 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	317
ภาพ 30 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน	318
ภาพ 31 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	319
ภาพ 32 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนา สังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	320
ภาพ 33 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน	321

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดในโลก โดยองค์การท่องเที่ยวโลก ได้พยากรณ์ ว่าในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกถึง 1,800 ล้านคน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวในยุโรป 717 ล้านคน รองลงมาคือเอเชียตะวันออกเฉียง และแปซิฟิก จำนวน 397 ล้านคน (World Tourism Organization, 2015) โดยเอเชียตะวันออกเฉียง และแปซิฟิก กลับไปแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ที่เป็นจุดหมายปลายทาง ของการท่องเที่ยว และมีผู้เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว มีการผสมผสานความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี ทางวัฒนธรรม จากจีน และวัฒนธรรมอินเดีย นำมารวมกันเป็นอารยธรรมของภูมิภาคสุวรรณภูมิ มีเอกลักษณ์เฉพาะตน ทั้งสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทาง มาเพื่อการพักผ่อน และเพื่อการศึกษา (กรมการท่องเที่ยว, 2556) และหนึ่งในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยว และมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คือประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สังเกตได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 3.04 ล้านคน สร้างรายได้ 0.14 ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2562) จึงแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่นำเงินตราเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้หลักเข้าประเทศ แต่การดำเนินการที่มุ่งเน้น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยมองข้ามปัญหาสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทางจิตใจ ส่งผลให้เกิดการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ขาดการบูรณาการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางในการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556)

ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 โลกมีการหันมาสนใจในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ให้ตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน และไม่บั่นทอนความต้องการของคนรุ่นต่อไป การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นการหาทางเลือก

ที่ไม่เปื้อนเปื้อนสิ่งแวดล้อมที่สร้างโอกาสให้แก่คนรุ่นต่อไป (วูฟกั๊ง ซากส์, 2546) หลังจากมีการประกาศปฏิญญาสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ที่กรุงอูตีจาเนรู ประเทศบราซิล และต่อมา ในการประชุมสุดยอด ผู้นำระดับโลก ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปีพ.ศ. 2545 (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ได้สรุปสาระสำคัญให้ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 180 ประเทศ รวมประเทศไทย จะต้องร่วมกันในการพัฒนาเป้าหมาย แห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goal: MDGs) ให้สำเร็จภายในปี 2558 ซึ่งประเทศสมาชิกจะต้องร่วมกันเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ, 2545) และ UNWTO ได้ตั้งเป้าในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal: SDGs) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี 2573 ประเทศต่างๆ ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารการพัฒนา เริ่มต้นจากสหรัฐอเมริกา (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2548) โดยในสมัยของประธานาธิบดีแฟรงกลิน รูสเวลต์ ได้มีการพัฒนาบริเวณลุ่มแม่น้ำในหุบเขาเทนเนสซี TVA Tennessee Valley Authority โดยได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาโดยการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ และอ่างเก็บน้ำจำนวนมากเพื่อพัฒนาไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่การเกษตร จนกระทั่งเปิดโครงการผลิตกระแสไฟฟ้าในราคาถูกเพื่อนำไปใช้ ในพื้นที่ของโครงการ โดยโครงการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยนำแนวคิดการบริหารงานภายนอก มาใช้กับโครงการ ซึ่งมีทั้งแผนงาน และโครงการย่อยจำนวนมากส่งผลให้ การบริหารโครงการประสบความสำเร็จ ซึ่งการบริหารแบบนี้ เรียกว่าการบริหารการพัฒนา

ประเทศไทยได้เริ่มมีการวางแผนเพื่อพัฒนาประเทศ ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นครั้งแรกโดยได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504-2509 ที่เน้นด้านการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อวางรากฐานในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเมื่อถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ. 2525-2529 ได้มีการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ ขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ. 2530-2534 เป็นแผนที่เน้นในเรื่องของการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการรักษาเสถียรภาพของการเงินการคลัง ส่วนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 เน้นอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงการกระจายรายได้ และการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและชนบท มาจนกระทั่งถึง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 เป็นการวางแผนพัฒนาประเทศโดยให้ความสำคัญกับการ

มีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และมุ่งให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา รวมถึงการใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 มั่นเป็นแผนพัฒนาที่ได้ัญญเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหาราชบรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 มาเป็นปรัชญาในการพัฒนาและบริหารประเทศ และในปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 โดยมีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์ใช้ โดยให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เน้นการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่ก็ส่งผลกระทบต่อมาอย่างรุนแรง ทั้งในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ถูกกลืนหาย ประกอบกับการขาดการวางแผนการใช้ทรัพยากร จนทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยเห็นว่ามีคามจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในประเทศไทยโดยได้มีการจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดจึงได้มีการบูรณาการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น และมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์และเกิดความเสียหายน้อยที่สุด

ประเทศไทยมีการให้ความสนใจในเรื่องของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2545 (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556) โดยแผนยุทธศาสตร์เปรียบเสมือนเครื่องมือที่มีความสามารถในการค้นหาวิธีการอย่างดีที่สุด เนื่องจากการวางแผนต้องทำเป็นขั้นเป็นตอนท่ามกลาง อุปสรรคและความไม่แน่นอน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางเอาไว้ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546) จึงมีความจำเป็นในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครโดยต้องจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยนำภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา มาร่วมกันดำเนินการอย่างมีส่วนร่วม โดยเริ่มจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ การกำหนดเป้าหมายในการพัฒนา ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และแผนชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการจัดทำแผนการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 โดยแผนฉบับดังกล่าวได้มุ่งเน้นการป้องกันและแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 และวิสัยทัศน์ของประเทศไทย สู่ปี พ.ศ. 2570 โดยในการน้อมนำแนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง และคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา มาจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวม สร้างรายได้และกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

กรุงเทพมหานครจัดเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีที่ตั้งอยู่กลางพื้นที่ จึงเป็น Hub และ Gateway สู่การท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย ในภาพรวม กรุงเทพมหานครเป็นมหานครที่มีประวัติความเป็นมาถึง 238 ปี เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากทั่วโลก เพื่อลิ้มรสอาหารไทยในสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีความงดงามอย่างยิ่ง เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพลวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม และวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร

กรุงเทพมหานคร ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดกรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2556 ถึง 2575 ที่มีประเด็น ยุทธศาสตร์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โดยมีชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการช่วยกันระดมความคิดเห็น และแนวทางร่วมกันเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพฯ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการ โครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการวิจัยพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาบริบทของพื้นที่ด้วยเครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ รายการตรวจสอบชุมชนศึกษา (Community Study) แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ SWOT Analysis หาศักยภาพของพื้นที่ และการกำหนดวิสัยทัศน์จากการวิเคราะห์ TOW Matrix

2.2 กำหนดแผนยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2.3 ดำเนินการพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของโครงการนำร่องในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรคือ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้จำแนกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

3.1.1 หน่วยงานภาครัฐ คือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนากการท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้แทนกลุ่มยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร สำนักโยธาธิการและผังเมือง งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร หอการค้าไทย ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัด ร้านค้าขายของที่ระลึก ร้านอาหาร การขนส่ง สมาคมธุรกิจนำเที่ยว สมาคมธุรกิจโรงแรม และสมาคมมัคคุเทศก์

3.1.3 ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร

3.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้แทนภาครัฐจำนวน 8 คน ผู้แทนภาคเอกชนจำนวน 8 คน ผู้แทนชุมชนจำนวน 8 คน และผู้แทนนักท่องเที่ยวจำนวน 8 คน

3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยมีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่เห็นควรนำมา ให้คำจำกัดความ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันซึ่งมีดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทางกลุ่มใหญ่ และกลุ่มเล็ก ที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยให้การท่องเที่ยวมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจ และอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ทำให้ นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพ สร้างสรรค์การท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วม ในกิจกรรม การเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงในพื้นที่ที่เป็นประสบการณ์จริง ตามลักษณะของพื้นที่ ควบคู่กับสภาพสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การดำเนินการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองของความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความสมดุลของการผลิต การบริโภค และจำนวนประชากร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ภายใต้ข้อจำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์ (Strategy) หมายถึง กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วมโดยให้ ความสำคัญกับการมองไปในอนาคต ภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ ที่จะระดม ทรัพยากรมาใช้ และพิจารณาทางเลือกต่างๆอย่างรอบคอบ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการพัฒนากรุงเทพมหานคร

การบูรณาการ (Integration) หมายถึง การระดมความคิดเห็นภายใต้การดำเนินงาน ที่เชื่อมโยงกับทุกภาคส่วน เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง การบูรณาการในมุมมอง ของการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กันไป ทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนทางด้านจิตใจ โดยรวมถึงการบูรณาการภายใต้

ความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท้องถิ่น

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากทม. (Strategic Plan for Bangkok Development) หมายถึง แผนพัฒนากทม. ที่แสดงทิศทาง หรือแนวทางการพัฒนาจังหวัดในอนาคต ด้วยนโยบายที่ครอบคลุมทุกด้าน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ซึ่งเป็นแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายการพัฒนาประเทศ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนและรองรับการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตของกรุงเทพฯ (แผนพัฒนากทม. ระยะเวลา 20 ปี ระยะที่ 2, 2561-2565)

การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง โดยการมีส่วนร่วม เกี่ยวข้องกับบุคคล การแก้ไขปัญหา ร่วมกับการใช้วิธีการที่เหมาะสม และสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์การ แล้วบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท้องถิ่นที่ยั่งยืนของกรุงเทพฯ

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. การท้องถิ่นแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร สามารถนำแผนนี้ไปบูรณาการกับแผนพัฒนาการท้องถิ่นของกรุงเทพมหานคร เพื่อวางแผนงบประมาณพัฒนาได้อย่างครอบคลุมเหมาะสม
2. ผู้ประกอบการท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลวิจัย มาวางแผนในการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม
3. ชุมชนได้รับรู้ถึงบริบทพื้นที่ของตนเองและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท้องถิ่นในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม
4. ประชาชนในพื้นที่สามารถนำแผนยุทธศาสตร์นี้ไปใช้ในการร่วมกันพัฒนาพื้นที่ของตนเองอย่างยั่งยืน
5. นักวิชาการ อาจารย์ นักวิจัย สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลเพื่อศึกษาค้นคว้า และสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรด้านการท้องถิ่น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 1.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 1.3 แนวคิดการบริหารการพัฒนา
2. แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 2.1 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 2.2 แนวคิด ความสำคัญ และกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์
 - 2.3 แนวคิดการบูรณาการและการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 3.1 แนวคิดการท่องเที่ยว
 - 3.2 แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 3.3 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 3.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 4.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 4.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีโนทัศน์
5. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)
 - 5.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558–2560)
 - 5.3 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561–2564)
 - 5.4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2466–2570)
 - 5.4 แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556–2575)
 - 5.5 แผนการตลาดการท่องเที่ยว พ.ศ. 2560 และ Marketing 4.0
 - 5.6 แผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

5.7 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และเศรษฐกิจดิจิทัล

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนายั่งยืน

ในปี ค.ศ. 1987 เมื่อคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ (United Nation's World Commission on Environment and Development) โดยคณะกรรมการบรันด์แลนด์ (The Brundtland Commission) ได้ตีพิมพ์รายงานที่ชื่อ "Our Common Future" ที่ได้ให้แนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) ไว้เป็นครั้งแรก โดยได้ให้นิยามของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า "Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs" หรือ "การพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำให้ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไปต้องลดลง"

นิยามคำว่า "การพัฒนาที่ยั่งยืน" มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ภายหลังจากเกิดรายงานที่ชื่อว่า "Our Common Future" หรือ Brundtland Report ได้ให้คำนิยามไว้ แม้ว่าจะได้มีการยอมรับในแนวคิดส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นก็จะวางอยู่บนพื้นฐานของนิยามนี้

ส่วนประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในทุกๆ นิยามของ "การพัฒนาที่ยั่งยืน" มีจุดเน้นร่วมกันว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนหมายถึง การปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ภายใต้ศักยภาพของระบบนิเวศวิทยาของโลก การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงมีส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนประกอบทั้งสามนี้จะเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน วัตถุประสงค์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตามแนวคิดของ Edward Barbier คือ การบรรลุเป้าหมายทั้งสามองค์ประกอบนี้ให้ได้ ดีที่สุด และโดยที่สังคมไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่สูงสุดในทุกส่วนประกอบได้ จึงจำเป็นต้องยอมลดเป้าหมายในบางองค์ประกอบ เพื่อให้เป้าหมายในองค์ประกอบอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดลำดับความสำคัญระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ที่จะให้องค์ประกอบใดมีลำดับความสำคัญที่สูงกว่าองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ถ้าให้ลำดับความสำคัญทางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอันดับแรก ก็อาจต้องชดเชยด้วยการให้เป้าหมายทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมลดลง ส่วนประกอบของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจนั้น สังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดกระแสรายได้ที่เหมาะสม ในขณะที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งสต็อกของทุน

ที่มนุษย์สร้างขึ้น ทุนมนุษย์และทุนธรรมชาติเป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการของระบบเศรษฐกิจ คือ

1. การเพิ่มขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการ
2. การตอบสนองของความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชน หรือการลดปัญหาความยากจน
3. ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น

เป้าหมายพื้นฐาน 3 ประการนี้จะต้องดำเนินการในแนวทางที่ยั่งยืนตามที่กล่าวมาแล้วในส่วนประกอบทางด้านสังคมของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจะต้องวางอยู่บนรากฐานของ 2 หลัก คือ หลักการความยุติธรรม และหลักการความเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมจะต้องมีความเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์อื่นๆ เช่น อาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง ความเป็นธรรมในสังคมนี้นับยยะถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันของประชาชนทุกคนในด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างผลิตภาพให้แก่สังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป้าหมายทางสังคมทั้งด้านของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นธรรมในสังคม ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการมีส่วนร่วมของประชาชนประสบความสำเร็จ

ในส่วนประกอบด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งสต็อกของทุนธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุ อันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรจะดำรงอยู่ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความมีเสถียรภาพของระบบนิเวศน์ของโลกจะไม่ถูกกระทบกระเทือน



ภาพ 1 ส่วนประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ที่มา: <http://www.amazon.com/Edward-B-Barbier/e/B001KB6M>

จากภาพแสดงส่วนประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่จะต้องประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก อันได้แก่ ส่วนของระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคม และระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสัมพันธ์และพึ่งพาซึ่งกันและกัน การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นในส่วนที่ทับซ้อนกันของ 3 องค์ประกอบ หรือพื้นที่แรเงาในภาพ กล่าวคือ มีการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคมและมีการปกป้องสิ่งแวดล้อมด้วยในขณะเดียวกัน

ดัชนีวัดความยั่งยืน

ดัชนีวัดความยั่งยืนของเพียส และแอทคินสัน (David Pearce and Viles Atkinson) ได้เสนอดัชนีวัดความยั่งยืนแบบหลวม เมื่อ ค.ศ. 1995 โดยเริ่มจากสมมติฐานว่าทุนมนุษย์ จะไม่มีการเสื่อมค่าเนื่องจากมีลักษณะของสินค้าสาธารณะที่สามารถส่งต่อจากคนรุ่นหนึ่ง ไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งได้ และสมมติให้การออมได้ถูกนำไปลงทุนในทุนทางกายภาพต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งข้อสมมตินี้เป็นการสอดคล้องกับสมมติฐานของความยั่งยืนแบบหลวม ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าทุนกายภาพสามารถทดแทนธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นการรักษาไว้ซึ่งสต็อกของทุนทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับอัตราการออมระดับชาติที่จะต้องมีความพอที่จะชดเชยอัตราการเสื่อมค่าของทุนธรรมชาติและทุนกายภาพทั้งหมดรวมกันเป็นอย่างน้อย

ค่าดัชนีความยั่งยืน (Z) จะมีค่าเท่ากับสัดส่วนการออมต่อรายได้ประชาชาติ หักลบด้วยการเสื่อมค่าของทุน ที่มนุษย์สร้างขึ้นต่อรายได้ประชาชาติ และหักลบด้วยการเสื่อมค่าของทุนธรรมชาติต่อรายได้ประชาชาติ เงื่อนไขของการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้

หากค่าของดัชนีความยั่งยืนมีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 0 Pearce และ Atkinson ได้ทำการศึกษา ดัชนีความยั่งยืนในประเทศต่างๆ 22 ประเทศ พบว่าประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นมีความยั่งยืนในระดับสูง ในขณะที่ประเทศด้อยพัฒนา เช่น เอธิโอเปีย มาลี ไนจีเรีย ไม่มีความยั่งยืนในการพัฒนา อย่างไรก็ตามได้มีข้อวิจารณ์ถึงดัชนีความยั่งยืนนี้ว่าเป็นเพียง การมุ่งเน้นไปที่การรักษาความสามารถในการผลิตของประเทศเป็นสำคัญ ในกรณีของญี่ปุ่น ที่ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ จึงไม่มีการตั้งทุนทางธรรมชาติใช้มากนัก แต่จะนำเข้าทุนธรรมชาติ เช่น น้ำมันและสินแร่อื่นๆ จากต่างประเทศ อันเป็นทุนธรรมชาติของประเทศอื่น ซึ่งมีได้มีการคำนึงถึงในดัชนีนี้ (Hartwick and Olewiler, 2012)

ดัชนีวัดสวัสดิการทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของดาลีและคอบป์

ดัชนีวัดสวัสดิการทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (Index of Sustainable Economic Welfare, ISEW) ของดาลีและคอบป์ (Herman Daly and John Cobb) ถูกสร้างขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1989 ดัชนีวัด สวัสดิการทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (ISEW) ตามแนวคิดของ Daly และ Cobb นี้ได้รับการปรับปรุง อีกครั้งเมื่อ ค.ศ. 1994 โดยอาเซียนในรูปแบบของสมการได้ดังนี้

ดัชนี ISEW = มูลค่าการบริโภคสินค้าและบริการที่ผ่านตลาด (ปรับด้วยค่าดัชนีความ ไม่เท่าเทียมกันของรายได้ + มูลค่าสินค้าและบริการที่ไม่ผ่านตลาด - ต้นทุนสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการพัฒนา เศรษฐกิจ (ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการแก้ไข ค่าใช้จ่ายในการ หลีกเลียงหรือป้องกัน และ ส่วนของผลกระทบภายนอกที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข) - ค่าเสื่อมราคา ของทุนธรรมชาติ (ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

ดัชนี ISEW ของ Daly และ Cobb ซึ่งเป็นการปรับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ด้วย ภาวะมลพิษและความสูญเสียของทุนธรรมชาติ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสวัสดิการ หรือคุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเศรษฐกิจเมื่อได้คำนึงถึง ความเสียหายของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหรือทุนธรรมชาติแล้ว

ดัชนี ISEW นับเป็นดัชนีวัดความยั่งยืนแบบเข้มงวด 2 ที่สำคัญ นอกจากนี้ ยังมีหลักเกณฑ์ของเพียสและแอทกินสัน (Pearce-Atkinson Rule) ที่ใช้วัดความยั่งยืน แบบเข้มงวดคือ

$$\text{ค่าเสื่อมราคาของทุนธรรมชาติ} \leq 0$$

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ

ซึ่งหากใช้หลักเกณฑ์นี้แล้ว Pearce และ Atkinson ก็พบว่าใน 22 ประเทศที่ได้ ทำการศึกษาในปี ค.ศ. 1994 เกือบไขการพัฒนาที่ยั่งยืนแบบหลวมไปแล้วนั้น ไม่มีประเทศใดเลยที่ผ่านเกณฑ์การวัดความยั่งยืนแบบเข้มงวด แต่มีประเทศที่เข้าใกล้เกณฑ์นี้

มากที่สุด คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และฟินแลนด์ ที่มีค่าดัชนีเท่ากับ 1 2 และ 3 ตามลำดับ

บัญชีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ระบบบัญชีรายได้ประชาชาติโดยทั่วไปเป็นบัญชีที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิตทั้งหมด นั่นคือ การไหลเวียนของรายได้ที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตบัญชีรายได้ประชาชาติแบบดั้งเดิม ก็จะนับรวมเอาค่าจ้างอันเกิดจากปัจจัยแรงงาน ค่าเช่า อันเกิดจากปัจจัยที่ดิน ดอกเบี้ย อันเกิดจากปัจจัยทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านทรัพยากรธรรมชาติมิได้ถูกนำมาคิดคำนวณในบัญชีนี้ จึงทำให้มีการพัฒนาระบบบัญชีรายได้ใหม่ที่นำต้นทุนทางด้านทรัพยากรมาคิดคำนวณด้วย บัญชีนี้ก็คือบัญชีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือบัญชีสีเขียว (Green accounting) ซึ่งเป็นระบบบัญชีที่จะเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาให้เห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น

แนวโน้ม/ทิศทางการพัฒนาในอนาคต

ในอดีตการพัฒนาของประเทศต่างๆ ในโลกเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งการเพิ่มผลผลิตเพื่อให้เพียงพอกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และเพื่อเพิ่มความมั่งคั่งและสวัสดิการให้แก่ประชากรของประเทศต่างๆ แต่เนื่องจากการพัฒนาดังกล่าว มีผลลบต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย การปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม ได้สร้างต้นทุนต่อสังคมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาไม่มีเทคโนโลยีที่สูงพอที่จะป้องกัน/แก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมและมลพิษที่เกิดขึ้นได้ ส่งผลให้ปัญหามลพิษทำความรุนแรงมากขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงกรอบหลักสำคัญของ UNCED และอนุสัญญาที่เกี่ยวข้อง (อนุสัญญาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อนุสัญญาความหลากหลายทางชีวภาพ และอนุสัญญาต่อต้านการแปรสภาพเป็นทะเลทราย) จัดวางเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการพัฒนา สร้างความเป็นพันธมิตรในระดับโลกเพื่อการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมโลก และสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่มีความเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนนับเป็นความสำเร็จที่ต้องรักษาให้คงอยู่และทำให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น โดยจะต้องไม่ไปลดคุณค่าหรือความสำคัญของ UNCED เช่น

การตระหนักและยอมรับถึงความวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมโลก และความจำเป็นที่ต้องปฏิรูป “รูปแบบของการผลิตและการบริโภค”

การยึดถือ “หลักการระมัดระวังล่วงหน้า” (Precautionary Principle)

การยึดถือ “สิทธิในการพัฒนา” (Right to Development) และความจำเป็นในการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนา ควบคู่กับเป้าหมายการพัฒนาด้านสังคม เช่น การขจัดความยากจน การศึกษา ฯลฯ

การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ไม่สามารถดำเนินการในระดับชาติเท่านั้น ประเทศกำลังพัฒนาต้องได้รับการสนับสนุนทางนโยบายและการดำเนินการในระดับระหว่างประเทศด้วย

ยึดถือว่าประเทศต่างๆ มีบทบาทแตกต่างกันในการจัดการแก้ไขปัญหาวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมตามหลักการ “ความรับผิดชอบร่วมกันในระดับที่แตกต่างกัน” (Common but Differentiated Responsibilities)

การตื่นตัวและตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมของประชาคมโลก ทำให้ทิศทางการพัฒนาประเทศของประเทศต่างๆ มีลักษณะที่ค้ำึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นับเป็นกระแสที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วไป

กระแสการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (going green) จึงจะเป็นกระแสที่กิจกรรมของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การบริโภคต่างๆ ให้ความใส่ใจโดยที่การพัฒนาต่อไปนี้ ต้องเผชิญกับข้อจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติ ที่นับวันจะร่อยหลอกลงไป อีกทั้งต้องเผชิญกับมลพิษต่างๆ ทำอย่างไรที่จะทำอย่างไรจึงจะทำให้กระบวนการผลิต การบริโภค การใช้ชีวิตของมนุษย์ มีความสมดุลกับธรรมชาติ จึงเป็นโจทย์สำคัญของประชาคมโลก

จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาของประเทศต่างๆ ในโลกซึ่งจะต้องเป็นไปในทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามกระแสโลก ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน อันจะทำให้มนุษย์ยังคงสามารถอยู่บนโลกใบนี้ต่อไปได้อีกยาวนาน มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

1.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สูดอย่างยั่งยืนยาว

1. ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 1.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
 - 1.2 เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
 - 1.4 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 1.5 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
 - 1.6 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
2. หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พลพิพัฒน์, 2545)

 - 2.1 การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
 - 2.2 การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
 - 2.3 การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต
 - 2.4 การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว
 - 2.5 การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัดแต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
 - 2.6 เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

2.7 การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้ง และร่วมแก้ปัญหา

2.8 เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและ วิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการ การท่องเที่ยว

2.9 ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพ ต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2.10 การวิจัย และติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไข ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

3. ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พลพิพัฒน์, 2545)

3.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่อง ของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการ ท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

3.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสาม ส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยว ได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่าง ความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีด ความสามารถของทรัพยากร

จากแนวคิดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตั้งอยู่บนพื้นฐานความต้องการของชุมชนหรือปัญหา ของชุมชน มีการนำเอาแนวคิดที่เหมาะสมผสมผสานกับสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการ ของนักท่องเที่ยว นโยบายที่เกี่ยวข้อง ลักษณะทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว มาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแล้ว ก็สามารถนำไปสู่ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

1.3 แนวคิดการบริหารการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและพัฒนาที่ รวบรวมขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาหลายๆ ท่าน ได้แก่

จอร์จ เอฟ แกันท์ (1950) นักวิชาการชาวอเมริกันอธิบายแนวคิดและความหมายของการบริหารการพัฒนา (Development Administration) เป็นคนแรกๆ โดยมีประสบการณ์มาจากการปฏิบัติงานที่ Tennessee Valley Authority (TVA.) ว่าการบริหารการพัฒนาเป็นคำที่ให้ความสำคัญกับหน่วยงานระบบการจัดการ และกระบวนการต่างๆ ซึ่งรัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนา พร้อมกันนี้ การบริหารพัฒนายังเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่กำหนดให้เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ของการพัฒนาเพื่อทำการเชื่อมโยงและทำให้วัตถุประสงค์ทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของชาติประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้การบริหารพัฒนายังช่วยปรับให้ระบบราชการและบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการต่างๆ ตอบสนองต่อการพัฒนาอีกด้วย ดังนั้น การบริหารการพัฒนาจึงหมายถึง การบริหารนโยบาย แผนงาน และโครงการต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา

การบริหารการพัฒนาของแกันท์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ “การบริหารงานภายใน (Internal Administration) หมายถึงว่าการบริหารงานใดๆ มีความจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีองค์การบริหารงานนั้นๆ สามารถเป็นกลไกการบริหารที่ดีเสียก่อน จึงจำเป็นต้องจัดการภายในองค์การให้ดีให้มีประสิทธิภาพที่สุดซึ่งอาจทำได้ด้วยการจัดองค์การบริหารงานบุคคลลงานคลัง งานวางแผน การตัดสินใจ ฯลฯ อันเป็นสาขาย่อยของรัฐประศาสนศาสตร์ให้ดีที่สุด ส่วนการบริหารงานภายนอก (External Administration) ครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ ที่หน่วยงานนั้นติดต่อกับปัจจัยนอกทั้งหมด ทั้งนี้ด้วยการที่ค้นพบว่า ในการบริหารงานนั้น มิใช่แต่จะมุ่งถึงประสิทธิภาพของการบริหารภายในองค์การอย่างเดียว เพราะองค์การมีหน้าที่ต้องปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนให้เป็นผลสำเร็จอย่างดีที่สุด ซึ่งหมายถึงว่า นอกเหนือไปจากการจัดการภายในที่ดีแล้ว ยังต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการหาช่องทางที่ดีติดต่อกับปัจจัยภายนอกอื่นๆ ให้ปัจจัยเหล่านั้นมาร่วมมือกับองค์การของตนเพื่อช่วยให้งานที่ได้รับมอบหมายสัมฤทธิ์ผล ความสามารถในการบริหารขององค์การที่จะบริหารปัจจัยภายนอกนี้ มีผลเกี่ยวกับความเป็นตายขององค์การส่วนมาก เพราะองค์การบริหารต้องมีส่วนปฏิบัติการติดต่อกับคนหรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ด้วยกันแทบทั้งนั้น

เออร์วิง สเวดโลว์ (2012) นักวิชาการชาวอเมริกันอธิบายว่า การบริหารการพัฒนา หมายถึง การบริหารในประเทศที่ยากจนหรือประเทศด้อยพัฒนาทั้งหลาย ทั้งนี้ เพราะการบริหารราชการในประเทศด้อยพัฒนาย่อมมีความแตกต่างกันกับการบริการราชการในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งอาจพิจารณาและสังเกตเห็นได้จากลักษณะของความแตกต่างกันหลายแง่หลายมุม อาทิ พิจารณาจากลักษณะและแบบแผนของการบริหาร บทบาทของรัฐบาลและบทบาทของข้าราชการ เป็นต้น

โดยนัยเดียวกัน สเวดโลว์ ยังได้กล่าวอีกว่า ประเทศที่ยากจนทั้งหลายมีลักษณะพิเศษหลายประการซึ่งทำให้รัฐบาลต้องมีบทบาทแตกต่างกัน ลักษณะนี้และบทบาทของรัฐดังกล่าว ทำให้การทำงานของนักบริหารมีลักษณะแตกต่างออกไป ในที่ใดก็ตามที่มีความแตกต่างกันอยู่ การบริหารรัฐกิจจะต้องถือได้หรือเรียกได้ว่าเป็นการบริหารการพัฒนา

เมิร์ล เฟนสออด (2011) นักวิชาการชาวอเมริกันได้ให้แนวคิดหรือความหมายของการบริหารการพัฒนาว่า โดยปรกติ การบริหารการพัฒนาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างกลไกเพื่อการวางแผนให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การระดมและจัดสรรจัดสรรทรัพยากร เพื่อให้เกิดการแผ่ขยายรายได้ของชาติ จะเห็นได้ว่า การบริหารการพัฒนาตามความคิดของเฟนสออด นั้น เกี่ยวข้องอย่างมากกับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

พอล มิวโดส์ (2011) นักวิชาการชาวอเมริกันอธิบายว่า การบริหารการพัฒนาถือได้ว่าเป็นการจัดการทางภาครัฐบาลในเรื่องที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐที่กำหนดไว้ นักบริหารการพัฒนาจึงเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำการเปลี่ยนแปลง

แฮร์รี เจ. ฟรายด์แมน (2011) นักวิชาการชาวอเมริกันอีกคนหนึ่งอธิบายว่า การบริการการพัฒนา ประกอบด้วยปัจจัย 2 อย่าง คือ (1) การปฏิบัติงานตามแผนงานต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้เพื่อก่อให้เกิดความทันสมัย (Modernity) (2) การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายในระบบบริหารเพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามแผนงานต่างๆ ดังกล่าว

จอห์น ดี. มอนโกเมอรี (2011) นักวิชาการชาวอเมริกัน กล่าวว่า การบริหารการพัฒนาเป็นเรื่องของการปฏิบัติตามแผนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมของรัฐ โดยปรกติ จะไม่เกี่ยวข้องกับความพยายามเพิ่มความสามารถทางการเมือง เห็นได้ว่า มอนโกเมอรี มีความคิดว่า การบริหารการพัฒนาให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นหลัก

เอ็ดเวิร์ด ดับบลิว. ไวต์เนอร์ (2014) นักวิชาการชาวอเมริกันกล่าวไว้ว่า การบริหาร การพัฒนา หมายถึง การปรับมรรควิธี (Means) ของการบริหารให้เข้ากับจุดมุ่งหมายต่างๆ ของแผนงานของรัฐบาล ซึ่งก่อนอื่น ต้องทราบถึงความต้องการของรัฐบาลว่ามีจุดมุ่งหมายใน การพัฒนาอย่างไรก่อน แล้วจึงนำการบริหารมาช่วยปฏิบัติการให้สำเร็จผลตามความมุ่งหมาย นั้น

นอกจากนี้ ไวต์เนอร์ ได้แบ่งการบริหารการพัฒนา เป็น 2 ส่วน คือ กระบวนการ และ ความรู้ทางวิชาการ (Area of Study) ส่วนที่เป็นกระบวนการนั้น ไวต์เนอร์ มีความเห็นว่าการบริหารการพัฒนาเป็นกระบวนการบริหารงานของรัฐบาลที่นำองค์ความรู้ไปสู่การประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ ถูกกำหนดโดย

ผู้มีอำนาจหน้าที่ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ส่วนที่เป็นความรู้ทางวิชาการ ไวต์เนอร์ มองว่าการบริหารการพัฒนาเป็นเรื่องของการศึกษาหาความรู้ทางวิชาการ เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารรัฐกิจที่มุ่งแสวงหาความรู้ในเรื่องบางเรื่อง และเรื่องดังกล่าวจะเป็นที่ยอมรับกันได้ มากน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความศรัทธาของบุคคล กลุ่มบุคคลและประเทศนั้นๆ

เฟรด ดับบลิว. ริคส์ (2014) นักวิชาการชาวอเมริกันมีความเห็นว่าการบริหาร การพัฒนามีความหมายที่สำคัญ 2 ประการ คือ การบริหารการพัฒนาหมายถึง (1) การบริหารแผนงานพัฒนา (Development Programs) ทั้งหลายด้วยวิธีการต่างๆ ขององค์การขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน่วยของของรัฐบาล เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนที่กำหนดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนา (Developmental Objectives) การเสริมสร้าง สมรรถนะของการบริหาร

ริคส์ ยังมีความเห็นว่าการบริหารการพัฒนาไม่เพียงแต่ครอบคลุมถึงการบริหาร แผนงานพัฒนาต่างๆ ของหน่วยงานรัฐบาลให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาเท่านั้น แต่หมายความรวมถึงการเพิ่มสมรรถนะของการบริหารด้วย ซึ่งหมายความว่า การบริหาร การพัฒนาจะสมบูรณ์ได้นั้น จะต้องคำนึงถึงสมรรถนะของการบริหาร คือ ต้องทำให้เข้มแข็งขึ้น ด้วย และเมื่อการบริหารงานมีสมรรถนะเพิ่มมากขึ้น ก็จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ การพัฒนาบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ ความคิดเห็นของริคส์ ดังกล่าวนี้นี้ เป็นการให้ ความหมายของการบริหารการพัฒนาที่ครอบคลุมเรื่องการพัฒนาการบริหาร หรือเพิ่มพูนสมรรถนะของระบบบริหารด้วย

ซู เซ็ง สู่ (2011) เป็นนักวิชาการที่เกิดในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อธิบายว่า การบริหารการพัฒนาไม่ใช่การบริหารชนิดใหม่ ซึ่งแยกออกมาจากการบริหารรัฐกิจ ในความหมายอย่างกว้าง แต่การบริหารการพัฒนาเป็นการบริหารที่ยึดจุดมุ่งหมาย (Goal-oriented) เป็นหลักและต้องการที่จะเน้นหนักบทบาทเฉพาะอย่างของการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทที่เกี่ยวกับการบริหารเพื่อการพัฒนา (Administration for Development)

ฮัน ปิน ลี (2012) นักวิชาการชาวเกาหลีใต้กล่าวว่า การบริหารการพัฒนาเป็นการเพิ่มสมรรถนะ (Capability) ของระบบบริหารที่จะรับมืออย่างไม่หยุดยั้งกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายปลายทางในการสร้างความก้าวหน้าทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

โจเซ่ เวลโลโซ ออบูวา (2011) นักวิชาการชาวฟิลิปปินส์ “มีข้อสันนิษฐาน (Assumption) ว่า การบริหารการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริหารแผนงานพัฒนาต่างๆ ที่ประสบผลสำเร็จได้นั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาการบริหาร (Administrative Development)

ดังนั้น การบริหารการพัฒนา จึงเป็นการเพิ่มความสามารถของระบบการเมือง หรือของรัฐของประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อดำเนินการตามที่ได้ร่วมกันตัดสินใจไว้แล้ว นอกจากนั้น ยังได้ให้คำจำกัดความของการบริหารการพัฒนาว่า หมายถึง การบริหารแผนงานพัฒนาทั้งหลายในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานต่างๆ ขององค์การและการบริหารระบบราชการซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาชาติ

ปี. เอส. คาร์นา (2011) นักวิชาการชาวอินเดีย มีความคิดเห็นว่าการบริหารการพัฒนาเป็นการบริหารที่มุ่งดำเนินงานพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งริเริ่มโดยชนชั้นผู้นำและประชาชนกลุ่มต่างๆ

จูเย็น ดู ชวน (2011) นักวิชาการชาวเวียดนามอธิบายว่า การบริหารการพัฒนาหมายถึง การบริหารบรรดาแผนงานต่างๆ ซึ่งเป็นแผนงานที่กำหนดขึ้นมาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างชาติ และเพื่อสนับสนุนให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจ-สังคม การบริหารการพัฒนาจะประสบผลสำเร็จได้ จะต้องดำเนินงาน 2 ประการ คือ (1) จัดให้มีการฝึกอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และ (2) ปรับปรุงองค์การบริหารทั้งหลายที่มีอยู่ และจัดตั้งหน่วยงานใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อปฏิบัติงานตามแผนงานพัฒนาต่างๆ

อาษา เมฆสวรรค์ (2558) ได้กล่าวถึงความหมายของการบริหารการพัฒนาว่า แบ่งเป็น 2 ทรรศนะ ตามทรรศนะประการแรกนั้น ถือว่า การบริหารการพัฒนา หรือ Development Administration คือ การบริหารงานหรือการบริหารราชการในประเทศด้อยพัฒนาที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินการพัฒนา ดังที่เขียนในภาษาอังกฤษ ว่า Administration in Poor Developed Countries which are Committed to Development ส่วนอีกทรรศนะหนึ่งเห็นว่า การบริหารการพัฒนา ได้แก่ การบริหารเพื่อการพัฒนาหรือการบริหารตามโครงการพัฒนาของประเทศ หรือ Administration in Development or Administration of a Program of National Development ตามความเข้าใจอย่างง่ายทั่วไป

ปฐม มณีโรจน์ (2552) ไม่ได้ให้ความหมายของการบริหารการพัฒนาไว้โดยตรง แต่ได้กล่าวถึงแนวคิดของการบริหารการพัฒนาว่า แนวคิดนี้ได้สำรวจพิจารณากันมาอย่างค่อนข้างละเอียดแล้วในข้อเขียนทั้งภาษาต่างประเทศและภาษาไทย คำนิยามที่มีผู้ให้ไว้ต่างๆ กันก็มีพิสัยครอบคลุมตั้งแต่ที่หมายถึงการบริหารรัฐกิจของประเทศด้อยพัฒนาจนถึงการบริหารขององค์การ โครงการ หรืองานใดๆ ที่มีลักษณะเกี่ยวข้อง หรือเป็นงานพัฒนาไม่ว่าจะเป็นประเทศที่มีความเจริญในระดับใด โดยปรกติจะเป็นงานที่มีลักษณะบุกเบิก มีการใช้ความคิดประดิษฐ์สร้างสรรค์สูง และเกี่ยวพันกับปัจจัยหรือตัวแปรนาาชนิดที่มีลักษณะพลวัต และไม่แน่นอนสูงกว่าการบริหารในองค์การธรรมดา พอจะประมวลสรุปสาระสำคัญได้ว่า เป็นการบริหารการพัฒนาประเทศ

อนันต์ เกตุวงศ์ (2552) มีความเห็นว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ถือว่า การบริหารการพัฒนา มีขอบเขต ครอบคลุมไปถึงการเมืองด้วย และบางคนมีแนวคิดกว้างมากถึงขนาดที่กล่าวว่าการบริหารการพัฒนาหมายถึงการบริหารการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ไม่ว่าจะกระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เป็นไปตามนโยบายและแผน ย่อมถือว่าอยู่ในขอบเขตของการบริหารการพัฒนาทั้งสิ้น โดยมีขอบเขตทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการบริหาร ฉะนั้น การบริหารการพัฒนา จึงย่อมนหมายถึง การบริหารของงานพัฒนา หรือการนำเอาโครงการพัฒนาด้านต่างๆ ไปดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จ รวมทั้งการพัฒนาการบริหาร หรือการทำให้การบริหารมีขีดความสามารถเพิ่มมากขึ้น และอาจเขียนเป็นรูปสมการดังนี้

Development Administration (การบริหารการพัฒนา) = Administration of Development (การบริหารเพื่อการพัฒนา) + development of administration (การพัฒนาการบริหาร) หรือ
 $DA = A \text{ of } D + D \text{ of } A$

อุทัย เลหาวิเชียร (2558) เขียนบรรยายถึงการบริหารการพัฒนาว่า หมายถึงหน่วยงานทางราชการ หรือกระบวนการของรัฐบาลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริหารกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนา กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การบริหารการพัฒนาจะช่วยให้กลไกต่างๆ ของรัฐ เชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของงานพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ การบริหารการพัฒนาตามแนวคิดของ อุทัย เลหาวิเชียร นั้นยังมีความหมายรวมถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและการควบคุมการบริหารโดยประชาชน หรือผู้รับบริการด้วย

กมล อุดลพันธุ์ (2559) อธิบายถึงความหมายของคำว่า การบริหารพัฒนาว่า “เมื่อนำมาใช้ในภาษาไทยได้มีผู้บัญญัติศัพท์ต่างๆ กัน แต่ที่เป็นที่นิยมกันนั้น ใช้คำว่า การบริหารการพัฒนาเมื่อเป็นการปฏิบัติการ และใช้คำว่า พัฒนบริหารศาสตร์ หรือ วิชาการบริหารการพัฒนา เมื่อเป็นหลักวิชาที่นำมาใช้เรียนใช้สอนกันได้ (A Field of Study)

ดิน รัชพฤทธิ (2559) อธิบายถึงความหมายของคำว่า การบริหารการพัฒนา (Development Administration, Administration of Development, หรือ A of D) ว่าหมายถึง การนำเอาความสามารถที่มีอยู่ในการพัฒนาการบริหารมาลงมือปฏิบัติตามนโยบายแผน แผนงาน หรือโครงการพัฒนาประเทศจริงๆ เพื่อให้บังเกิดความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า และความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้านี้ จะมุ่งความเจริญของงานทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศอันจะนำไปสู่การลดความทุกข์ยากของคนทั้งที่อยู่ในองค์การ (ข้าราชการ) และที่อยู่ภายนอกองค์การ (ประชาชน)

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2559) ได้กล่าวสรุปถึงการบริหารการพัฒนาตามแนวคิดของ จอร์จ เอฟ. แกนท์ ช่างต้นว่า การบริหารพัฒนานั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อแยกเป้าหมายของการบริหารเพื่อให้การสนับสนุนและการจัดการสำหรับการพัฒนา ออกจากการบริหารกฎหมาย และเป็นระเบียบ และเนื่องจากการบริหารเพื่อพัฒนามิใช่จะรวมถึงเฉพาะสมรรถนะที่จะเติบโตและเปลี่ยนแปลงเท่านั้น แต่ยังหมายถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และเป้าหมายอันสูงสุดของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าอีกด้วย ดังนั้น การบริหารการพัฒนาจึงมีความเกี่ยวพันกับการบริหารทั้งด้านภายในและภายนอก

จากแนวคิดและทฤษฎีด้านการบริหารการพัฒนา ผู้วิจัยสรุปแนวคิดและความหมายของการบริหารพัฒนาของนักวิชาการ หรือผู้รู้ของต่างประเทศและของไทยรวม 20 คน ช่างต้น มาประยุกต์ในการบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะในด้าน การบริหารการพัฒนา ที่เกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 โดย จอร์จ เอฟ. แกนท์ ได้เริ่มใช้ความหมายนี้ในปี ค.ศ. 1955 หรือ ค.ศ. 1956 เพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวทางพื้นฐาน

สำหรับการวิจัยทางการบริหารและเพื่อใช้ในโครงการฝึกอบรมสำหรับสถาบันการศึกษา ด้านการพัฒนาชนบท ซึ่งต่อมาได้จัดตั้งขึ้นที่ คามิลลา (Comilla) ในปากีสถานตะวันออก (บังกลาเทศ) และที่ปาชาวา (Pashawar) ในปากีสถานตะวันตก ความหมายเริ่มแรกของคำว่าการบริหารการพัฒนาของแก่นที่นั่น ต้องการแสดงให้เห็นถึงข้อแตกต่างที่สำคัญของการบริหารที่เน้นการสนับสนุน และการจัดการสำหรับงานพัฒนา กับการบริหารที่เน้นในเรื่องกฎหมายและความเป็นระเบียบ

2. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์

2.1 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ (2558) กล่าวว่า แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ขององค์การ (Corporate Goal) แผนยุทธศาสตร์ที่ดีนั้น จะต้องถูกกำหนดขึ้นตามวิสัยทัศน์ขององค์การ อันเป็นผลผลิตทางความคิดร่วมกันของสมาชิกในองค์การที่ได้ทำงานร่วมกันหรือจะทำงานร่วมกัน โดยวิสัยทัศน์นี้เป็นความเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่องค์การประสงค์จะไปให้ถึง และวิสัยทัศน์นี้มีการแปลงออกมาเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดได้ทั้งนี้้องค์การสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการประเมินผลงานประจำปีงบประมาณ ยิ่งไปกว่านั้น้องค์การยังสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีได้อีกด้วย

แนวคิด ความสำคัญ และกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐก็คือ กระบวนการตัดสินใจอย่างเป็นระบบในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด รวมถึงการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ อันเป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม หรือประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) ทั้งยังเป็นการสนองตอบต่อปัญหาและความต้องการของประชาชนอีกด้วย

ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์

1. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้้องค์การสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพราะการกำหนดแผนยุทธศาสตร์นั้นให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก้องค์การ

2. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้หน่วยงานในภาครัฐกิจ ครอบคลุมถึงบทบาทหน้าที่ของตนที่มีส่วนเอื้ออำนวยความสำเร็จและความล้มเหลว ล้มเหลวต่อเป้าประสงค์ขององค์การ

3. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมการจัดการ ภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management, NPM) ที่ให้ความสำคัญ การปรับปรุงการ ดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกิจทั้งระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยในประเทศไทย เรียกว่า การปฏิรูประบบราชการ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐกิจยังต้องดำเนินงานตามแนวทางการ บริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีหรือธรรมาภิบาล (Good Governance) ซึ่งเป็นกระแสหลักในการ บริหารรัฐกิจปัจจุบัน

4. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยยกระดับ ระบบการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance-based Budgeting)

5. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยในการ สร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นการพินิจพิเคราะห์ วางแผน และนำเสนอทางเลือก ในการบริหารจัดการแบบใหม่ๆ ที่หลุดพ้นจากกรอบพันธนาการทางความคิด อันเกี่ยวข้องกับ ระเบียบปฏิบัติราชการที่ล้าสมัยและไม่เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

6. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยสนับสนุน หลักการประชาธิปไตย ในแง่ของการมีส่วนร่วม (Participation) และการกระจายอำนาจ (Decentralization)

กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ขององค์การ (Corporate Goal) แผนยุทธศาสตร์ที่ดีนั้น จะต้องถูกกำหนดขึ้นตามวิสัยทัศน์ขององค์การ อันเป็นผลผลิตทาง ความคิดร่วมกันของสมาชิกในองค์การที่ได้ทำงานร่วมกันหรือจะทำงานร่วมกัน โดยวิสัยทัศน์นี้ เป็นความเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่องค์การประสงค์จะไปให้ถึง และวิสัยทัศน์ นี้มีการแปลงออกมาเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดได้ ทั้งนี้ องค์การสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการประเมินผลงานประจำปีงบประมาณ ยิ่งไปกว่านั้นองค์การยังสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีได้อีกด้วย สำหรับกระบวนการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์นั้น มีขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย
 - (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และ
 - (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)
2. การจัดวางทิศทางขององค์การ ซึ่งประกอบด้วย
 - (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
 - (2) การกำหนดภารกิจ (Mission)
 - (3) การกำหนดเป้าประสงค์ขององค์การ (Corporate Goal)
 - (4) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives)
 - (5) การกำหนดดัชนีชี้วัดผลงานระดับองค์การ (Organization's Key Performance Indicators, KPIs) และ
 - (6) การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy)
3. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เป็นการดำเนินการเพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ได้ถูกกำหนดขึ้น มีความเป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง อันจะนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าประสงค์ขององค์การ โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์นั้น ประกอบด้วย
 - (1) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามขององค์การ หรือที่มักนิยมเรียกกันว่า การทำควิอท-อนาไลซิส (SWOT Analysis) อันประกอบไปด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และการวิเคราะห์ภัยคุกคาม (Threats) ขององค์การ
 - (2) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์
 - (3) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานสนับสนุน
 - (4) การกำหนดดัชนีชี้วัดผลงานระดับองค์การและระดับหน่วยงาน (Strategic Plan's KPIs)
 - (5) กำหนดยุทธวิธี (Tactics) หรือแผนงานในการปฏิบัติ
 - (6) การกำหนดเป้าหมาย (Targets) ของแต่ละกิจกรรม (Activities) พร้อมกับดัชนีชี้วัดผลงานระดับแผนปฏิบัติการ (Action Plan's KPIs)

จักษวัชร ศิริวรรณ (2556) ได้กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างการวางแผนยุทธศาสตร์กับการวางแผนทั่วไปการวางแผนยุทธศาสตร์ เป็นการวางแผนเพื่อนำองค์การไปสู่ภาพลักษณ์ใหม่ ก้าวสู่วิสัยทัศน์ที่ต้องการในอนาคต การวางแผนยุทธศาสตร์จึงเป็นความพยายามขับเคลื่อนองค์การในภาพรวม ความสำเร็จในทุกประเด็นยุทธศาสตร์ที่ได้ถูกกำหนดขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้้องค์การเดินทางไปถึงวิสัยทัศน์ โดยถูกต้องตรงตามภารกิจ และ

สัมฤทธิ์ผลตามเป้าประสงค์ขององค์การนั้น ส่วนการวางแผนทั่วไปนั้น เป็นการวางแผนเพื่อแก้ปัญหาหรือการป้องกันปัญหา หรือเป็นการวางแผนเพื่อพัฒนาองค์การหรือกระบวนการปฏิบัติขององค์การให้มีประสิทธิภาพ และ/หรือประสิทธิผลสูงขึ้น เพราะฉะนั้นการวางแผนทั่วไปจึงมีจุดมุ่งหมายที่แคบกว่าการวางแผนยุทธศาสตร์มาก

แผนยุทธศาสตร์ขององค์กร

คำว่า “แผน” ตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “สิ่งที่กำหนดถือเป็นแนวดำเนิน เช่น วางแผน, แบบ, ตำรา เช่น แผนโบราณ แผนปัจจุบัน” ซึ่งแผนต่างๆ ที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนได้กำหนดไว้ นั้น แบ่งออกเป็น (1) แผนระยะสั้น เป็นแผนซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการ 1-2 ปี เช่น แผนปฏิบัติงานประจำปี (2) แผนระยะปานกลาง มีระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (3) แผนระยะยาว มีระยะเวลาดำเนินการ 5-10 ปี และ (4) แผนระยะยาวมาก มีระยะเวลาดำเนินการ 10-20 ปี

“แผนยุทธศาสตร์” (Strategy) วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม หรือการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ SWOT Analysis กล่าวคือ การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม (อุปสรรค) ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อประกอบการวางแผนการในการใช้วิธีการและทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุด

แผนยุทธศาสตร์หรือแผนกลยุทธ์นั้น ถือเป็นแนวทาง วิธีการหรือมาตรการเชิงรุก ซึ่งจัดทำขึ้นโดยกลุ่มบุคคลในระดับผู้บริหารขององค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ต่างๆ กัน ในการกำหนดยุทธศาสตร์จะดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบสภาพแวดล้อมและวิเคราะห์องค์กร เพื่อดูว่าปัจจุบันองค์กรอยู่ในจุดใด สิ่งใดที่เป็นสิ่งจุดแข็งให้องค์กรอยู่กับที่หรือถอยหลัง และสิ่งใดที่สนับสนุนให้องค์กรก้าวไปข้างหน้า ที่นิยมใช้กันคือ การวิเคราะห์ SWOT ดังนี้

- 1.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายในขององค์กร ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) ซึ่งเป็นลักษณะองค์ประกอบ หรือสิ่งที่องค์กรทำได้ดีเหนือกว่าองค์กรอื่น เช่น จุดแข็งด้านความรู้ความสามารถของทรัพยากรบุคคล ฯลฯ และจุดอ่อนหรือจุดด้อย (Weakness) ซึ่งเป็นลักษณะองค์ประกอบ หรือสิ่งที่องค์กรทำได้ด้อยกว่าองค์กรอื่น เช่น อาคารสถานที่คับแคบไม่เพียงพอ กับจำนวนผู้ใช้บริการที่มีมาก ฯลฯ

- 1.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคามหรืออุปสรรค (Threats) ซึ่งปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อม

ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี หากสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นสิ่งที่ส่งเสริมหรือเป็นประโยชน์ต่อองค์กรก็จะถือว่าเป็นโอกาส เช่น ความก้าวหน้าทางด้าน เทคโนโลยีทำให้หอสมุดสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการสารสนเทศออนไลน์ได้ดี ยิ่งขึ้น, หอสมุดเป็นองค์กรของรัฐที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของประชาชนจึงมีผู้มาใช้บริการ จำนวนมาก ฯลฯ หากสภาพแวดล้อมดังกล่าวทำให้องค์กรเสียหายหรือกระทบต่อการ ดำเนินงานขององค์กรในทางลบก็จะถือว่าเป็นอุปสรรค เช่น ถูกตัดลดงบประมาณ, อัตรา แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้นทำให้ราคาซื้อการศึกษาที่จัดซื้อจากต่างประเทศสูงขึ้นทำ ให้จัดซื้อได้ในปริมาณที่ลดลง ฯลฯ

2. การกำหนดทิศทางขององค์กร โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ซึ่งจะเป็น การบ่งบอกถึงภาพหรือสิ่งที่องค์กรต้องการบรรลุผลหรืออยากจะเป็นในอนาคต ภารกิจหรือ พันธกิจ (Mission) เป็นสิ่งที่บอกถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร บ่งบอกถึงสิ่งที่องค์กรต้องการจะทำให้ ประสบความสำเร็จ และเป้าหมาย (Goals) คือ สถานะในอนาคตที่องค์กรปรารถนาให้บรรลุ ความสำเร็จ เช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2552-พ.ศ. 2556 ของ ก.พ. กำหนดวิสัยทัศน์ คือ ในปี พ.ศ. 2556 ข้าราชการพลเรือนต้องมีสมรรถนะในการปฏิบัติราชการ อย่างมืออาชีพเป็นที่เชื่อถือศรัทธาของประชาชน พันธกิจ คือ เสริมสร้างพัฒนาผู้นำ และข้าราชการพลเรือนทุกระดับตามสมรรถนะและใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยยึดประชาชน เป็นศูนย์กลาง เป้าหมาย คือ เพื่อพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ของข้าราชการทุกระดับให้ปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ เกิดผลสัมฤทธิ์ คุ่มค่า เป็นที่เชื่อถือศรัทธา ของประชาชน

3. การกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ กลุ่มบุคคลในระดับผู้บริหารขององค์กร จะต้องกำหนดและเลือกกลยุทธ์ที่ดี และเหมาะสมกับองค์กรที่สุดภายใต้ข้อจำกัดหรือ ข้อได้เปรียบขององค์กร ในแต่ละกลยุทธ์จะต้องระบุแนวทางหรือมาตรการในการดำเนินการ ไว้ด้วย

จากแนวคิดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แผนยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ ต่างๆ จะกำหนดโดยผู้บริหาร แต่การขับเคลื่อนและดำเนินการต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ตามแผนกลยุทธ์เป็นเรื่องที่บุคลากรทุกคนต้องมีส่วนร่วม ดังนั้นบุคลากรทุกคนต้องทำความเข้าใจและร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้องค์กร บรรลุผล เหมือนลงเรือลำเดียวกันแล้วก็ต้องช่วยกันพายเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางพร้อมกัน

แนวคิดการบูรณาการและการมีส่วนร่วม

การบูรณาการและการมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารในระบบเปิด ซึ่งเป็นการสื่อสาร สองทางระหว่างบุคคลกลุ่มบุคคลชุมชนหรือองค์การในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือ หลายกิจกรรมทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งการบูรณาการนั้นคือการที่มีหลายหน่วยงาน มาช่วยกันคิด มีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมการดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันของกลุ่ม และเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย (ยุพาพร รูปงาม, 2554) การให้ความหมาย การบูรณาการแบบมีส่วนร่วม มีมากมายหลายทัศนะที่ทั้งความหมาย กว้างและความหมายแคบ ในบริบทของลักษณะงาน ในแง่มุมมองประเด็นต่างๆ แต่ก็ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในแง่ของการพัฒนา “การมีส่วนร่วม” (Participation) หมายถึงกระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริมชักนำและสร้างโอกาสให้กับประชาชนทั้งส่วนบุคคล กลุ่มชน ชุมชน สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายๆ เรื่อง แล้วแต่กรณี (ไพรัตน์ เดชะรินทร์, 2557)

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2556) ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณา การตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเป็นผลกระทบมาถึงตน

ยุพาพร รูปงาม (2554) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมไว้ว่า คือ กระบวนการ ให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิดตัดสินใจแก้ไข ปัญหาด้วยตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงของบุคคล แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่ เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์การและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ปรัชญา เวสารัชช (2558) ได้สรุปความหมายด้านการบูรณาการมีส่วนร่วมหมายถึง การทำงานร่วมกันกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความตั้งใจ โดยกระทำการงานดังกล่าวในห้วงเวลาและลำดับเหตุการณ์ที่ทรงประสิทธิภาพโดยให้ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความคิด ความรู้ความสามารถแรงงานสนับสนุนหรือจัดการทรัพยากรเช่นเงินทุนวัสดุในกิจกรรมการพัฒนา ส่วนความหมายในด้านการจัดการ หมายถึง การที่กลุ่มของประชาชนก่อให้เกิดการรวมตัว ที่สามารถจะกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรและมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม ในประเด็นการตัดสินใจ หมายถึงเป็นการเข้าร่วมอย่างแท้จริงของประชาชนในการดำเนินการ ตัดสินใจในทุกๆระดับและทุกรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ

สังคมและการเมืองและ โดยเฉพาะในบริบทของกระบวนการวางแผนที่มีการกำหนดรูปแบบ (Franklyn Lisk, 1985 : 23) (อ้างถึงในชินรัตน์ สมสืบ, 2559)

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2557) ได้สรุปความหมายของการบูรณาการแบบมีส่วนร่วม หมายถึงการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่มซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิด ความมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2556) ได้สรุปความหมายของการบูรณาการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจหรือเคยมา เข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้นเป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค มิใช่มีส่วนร่วมอย่าง ผิดเพี้ยน แต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงยิ่งขึ้นและการเข้าร่วมนั้น ต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้าย ของโครงการ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2551) ได้สรุปว่า การบูรณาการมีส่วนร่วมหมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอน ของโครงการหรืองานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจการตัดสินใจ และหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมเข้า ร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่า สิ่งที่มีส่วนได้เสีย ต้องการที่สุดนั้นจักได้รับการตอบสนองและทำให้ มีความเป็นไปได้มากขึ้นว่าสิ่งที่ทำไปนั้นจะ ตรงกับความต้องการที่แท้จริงและมั่นใจมากขึ้นว่า ผู้เข้าร่วม ทุกคนจะได้รับประโยชน์ เสมอหน้ากัน

สฤณี ธีฎกกิจจานุกิจ (2558 : 9) ได้ให้ความหมายของการบูรณาการมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนาใน ลักษณะของการเข้าร่วมการจัดการตั้งแต่การเข้าร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตาม การประเมินผล ในรูปของชุมชนที่ได้ประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงจากการ พัฒนา

จากแนวคิดการบูรณาการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความหมาย การบูรณาการและการมีส่วนร่วม หมายถึงการทำงานร่วมกันกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรและมีความรับผิดชอบ ในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่มให้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณา การตัดสินใจ การร่วม ปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงประชาชนเอง การบูรณาการและการมีส่วนร่วมจึงเป็น หัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่มและเป็นการเสริมสร้างความสามัคคี ความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย

จากแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การสร้างแผนยุทธศาสตร์ จะต้องมีการนำมาใช้ที่กำหนดแนวทางและทิศทาง ให้เกิด ภารกิจ (Mission) วิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ ในการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยแผนยุทธศาสตร์จะต้องถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ โดยวิสัยทัศน์จะถูกแปลงเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ซึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร จะมีการนำแผนยุทธศาสตร์มาเป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทุกคนต้องมีส่วนร่วม

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.1 แนวคิดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2554) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติจะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจการ ประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

ฐิรัชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์ จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่ เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการ แข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ พี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2552) ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

รัชพร จันทร์สว่าง (2556) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวกายโยกย้ายของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไป ยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

McIntosh R.W. & Gupta S. (1980) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการ เดินทางเพื่อจุดหมายต่างๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้ 1) มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อ พักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางกาฬกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ 2) มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่างๆ ในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่างๆ 3) มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความ ต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง 4) มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความ ต้องการ พัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษ การประชุมและการติดต่อธุรกิจ

Lumsdun (2011) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ ติดต่อกันและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล โดยสามารถเกิดขึ้นจากการที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและการท่องเที่ยว

จากแนวคิดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า จะนำแนวคิดด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสรุปคือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยัง สถานที่ต่างๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

3.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548ข) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

1. ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังนี้ คือ

- 1.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
- 1.2 เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
- 1.3 เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- 1.4 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 1.5 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
- 1.6 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

2. หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พลพิพัฒน์, 2545)

- 2.1 การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
- 2.2 การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
- 2.3 การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรมจะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

2.4 การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว

2.5 การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

2.6 เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

2.7 การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

2.8 เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิถีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

2.9 ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2.10 การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อทำการตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

3. ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พลพิพัฒน์, 2545)

3.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

3.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

จากแนวคิดเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนความจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยีต่างๆ การท่องเที่ยวจะต้องเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แนวทางด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญกับประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กับการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน แนวคิดและความหมายของความยั่งยืน การให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความจำเป็นที่จะต้องมีการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลักการสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งแนวคิดเบื้องต้นเหล่านี้จะเป็นแนวทางพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.3 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2558) ได้ให้ความหมายและแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1.1 ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

1.2 ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน

2.1 ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

2.2 มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย

2.3 ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

2.4 มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

2.5 มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

3. ด้านการจัดการ

- 3.1 มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
- 3.2 มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้

- 4.1 ลักษณะของกิจกรรมการทอเกี่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- 4.2 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- 4.3 ลักษณะของกิจกรรมการทอเกี่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างได้
- 4.4 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- 4.5 สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งชาวบ้านเองและผู้มาเยือน

หลักการของการทอเกี่ยวโดยชุมชน

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกย่องคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

จากแนวคิดการทอเกี่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยสรุปแนวคิดการทอเกี่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง การพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการทอเกี่ยวที่จะให้ชุมชนดำเนินการทอเกี่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการทอเกี่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการทอเกี่ยว โดยชุมชนกับการทอเกี่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคม

เห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้าน กับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่น ต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นที่กำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่อง ในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape, Cultural Economy, Cultural Way of Life)

ศุภรัตน์ พิณสุวรรณ (2557) ได้กล่าวว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางพื้นที่ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและการทำงานของมนุษย์ในพื้นที่นั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิต ภูมิทัศน์วัฒนธรรม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งมีการสั่งสมมาหลายช่วงอายุคน แนวคิดนี้มุ่งศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมากำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม และนำไปสู่โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนเสนอ ไปทดลองปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน จากการศึกษาพบว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีทั้งภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่หยุดนิ่ง และภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ยังเคลื่อนไหว และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ นำไปทดลองพบว่านักท่องเที่ยวมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่า เฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ทั้งนี้ควรส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวให้ชุมชนมีส่วนร่วม ร่วมอย่างแท้จริง เพื่อรักษาคุณค่าและความสำคัญต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น

ศรีศักร วัลลิโภดม (2551) นับเป็นนักวิชาการคนแรกๆ ที่ให้ความสนใจในการศึกษาแนวคิด ดังกล่าวภายใต้คำว่า “ภูมิวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” พร้อมคำอธิบายว่า คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมซึ่งในบริบททางสังคมวัฒนธรรมในที่นี่หมายถึง ลักษณะทางภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ในอาณาบริเวณใดบริเวณหนึ่ง เช่น ป่า ภูเขา แม่น้ำอันสัมพันธ์กับการตั้งถิ่นฐานบ้านเมืองของผู้คนในท้องถิ่น และคนที่จะมาท่องเที่ยว จนเป็นที่รู้จักร่วมกันและมีการกำหนดนามชื่อเป็นสถานที่ต่างๆ ในลักษณะที่เป็นแผนภูมิหรือแผนที่เพื่อสื่อสารถึงกัน อาจสร้างเป็นตำนานขึ้นมาอธิบายถึงความเป็นมาและความหมายสำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของสถานที่และท้องถิ่นนั้นๆ

จากคำอธิบายของศรีศักร วัลลิโภดม เห็นได้ว่า การให้ความหมายดังกล่าวค่อนข้างมีแนวโน้มบนฐานคิดแบบนักมนุษยวิทยาที่เน้นความสำคัญและพฤติกรรมของมนุษย์อันมีผลต่อการท่องเที่ยวตามสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับเกรียงไกร เกิดศิริ (2552) ได้ศึกษาแนวคิดด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวในระยะต่อมา ที่มักเน้นมิติด้านพื้นที่ที่สัมพันธ์กับ วัฒนธรรมและธรรมชาติอันเป็นผลทำให้มีการแบ่งประเภทของภูมิทัศน์วัฒนธรรมการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นที่ออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมชนบท (Rural Landscape) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของภูมิประเทศ ทางธรรมชาติในฐานะที่เป็นแหล่งตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาตั้งแต่สังคมดั้งเดิม อันมี ข้อจำกัดในการดำรงชีพด้านแรงงาน ความรู้และเทคโนโลยีมนุษย์จึงต้องอาศัย ธรรมชาติ และกลายเป็นลักษณะที่โดดเด่นของชุมชนประเภทนี้ ที่ผูกพันกับธรรมชาติอย่างเหนียวแน่น ภายใต้ความสัมพันธ์แบบเครือญาติที่ทรงพลัง

2. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมกึ่งเมืองกึ่งชนบท (Semi Urban/Rural Landscape) แสดงให้เห็นถึงการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์อย่างต่อเนื่องซึ่งมีการพัฒนาพื้นที่และการปรับภูมิทัศน์ โดยใช้ความรู้และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ภายใต้ สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อให้มนุษย์อยู่กับธรรมชาติทั้งในเชิงโครงสร้างและหน้าที่

3. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเมือง (Urban Landscape) เป็นชุมชนที่แสดงให้เห็นถึงการขยายตัว และความซับซ้อนของสังคมมนุษย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงใช้ความรู้ที่พยายามจะเอาชนะธรรมชาติ และความพยายามของมนุษย์เหล่านี้ได้แปรเปลี่ยนและพัฒนาเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและความยั่งยืนในฐานะที่เป็นชุมชนมีชีวิต ทำให้ความเป็นธรรมชาติถูกบดบังโดยวัฒนธรรม ผ่านการวิเคราะห์และการปรับใช้พื้นที่ที่คำนึงถึงความสะดวกของมนุษย์ที่ตัดขาดจากธรรมชาติ

ถึงแม้ในปัจจุบัน การศึกษาด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมจะจำกัดอยู่ในแวดวงการศึกษา และไม่ได้มีกฎบัตรด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทยโดยตรง แต่ความพยายามขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม แห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการผลักดันให้ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัด ในการประเมินคุณค่าและขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมเกิดจากกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวรูปแบบของการพัฒนาการเรียนรู้วัฒนธรรม เทคโนโลยี

การสื่อสารและการคมนาคม โดยหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว
ในกรุงเทพมหานคร ในการรองรับนักท่องเที่ยว และให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการฟื้นตัวของวัฒนธรรมท้องถิ่น

4. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้เริ่มมีบทบาทในช่วงปี พ.ศ. 2543 โดยนักวิจัย
และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) และที่ปรึกษา
ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประเทศนิวซีแลนด์ คริสพิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond)
โดยใน Atlas Newsletter of November 2000 (Wurzburger R, 2010)

ริชาร์ด และ เรย์มอนด์ (Richards and Raymond) ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวพัฒนาศักยภาพผ่านการทำกิจกรรมแบบมี
ส่วนร่วม โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงวันหยุด

Binkhorst E (2006) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวจะสร้าง
คุณค่าในประสบการณ์การท่องเที่ยวของ จากการซื้อสินค้าบริการ ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการ
ส่งเสริมทรัพยากรทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีประสบการณ์
การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations
Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ให้ความหมายใน
การประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พ.ศ. 2551 ณ เมืองซานตาเฟ (Santa
Fe) มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยว
ที่เน้นการเรียนรู้ ด้านศิลปะ ด้านวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ผ่านประสบการณ์
ร่วมกับคนในท้องถิ่น (Wurzburger R, 2010)

พ.ศ. 2553 ริชาร์ด (Richards G, 2010a) สรุปว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็น
การท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับ
กิจกรรมของชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่น ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ
ชุมชน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ศิลปะ
วัฒนธรรมท้องถิ่น และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
จากประสบการณ์ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และนำไปสู่เป้าหมายของ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยวในเอเชีย

คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย โดยลูกสาวเรเมนต์ ได้เล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจที่เกิดทางท่องเที่ยว ในช่วงปี 2542 – 2543 ของเขา หลังได้เข้าเรียนการนวดแผนไทยที่จังหวัดเชียงใหม่ หลายสัปดาห์ ก่อนจะเข้าไปเรียนรู้การทำอาหารมังสวิรัตที่บาห์ลี อินโดนีเซีย และไปอบรมช่วงสั้นๆ เกี่ยวกับการดูแลฝูงแกะ และปศุสัตว์ในออสเตรเลีย ทำให้ริชาร์ด และเรเมนต์ ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ในพื้นที่เป้าหมาย ที่ได้ไปท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้เพื่อศึกษา และไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในประเทศหรือชุมชนที่ได้ไปท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556)

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยลักษณะ 6 ประการ (Richards G, 2010a) ประกอบด้วย 6 ด้านคือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมในท้องถิ่น เช่น การประกอบอาหาร ทอผ้า สานกระเป๋า เป็นต้น
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม เช่น ประสบการณ์การเล่นดนตรีพื้นเมือง การแกะสลัก และการวาดภาพ
3. เป็นการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าเป็นประสบการณ์
4. เป็นการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าเป็นวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตประจำวัน
5. เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม การท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การแกะสลัก ทอผ้า และการทำอาหาร โดยมีคนในท้องถิ่น เป็นผู้นำกิจกรรม
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการสอนการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

David and Laura (2006) ได้ให้นิยามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการปฏิบัติ ที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว รัฐบาล ชุมชน และองค์กร ของประเทศนั้นๆ ตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก และการบริหารจัดการ ทำให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการเรียนรู้ รวมถึงเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ชุมชน ผ่านประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่น

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (The Origin of Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นทิศทางของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ยุคคือ ในยุคแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการพักผ่อน ส่วนยุคที่สอง เป็นอยู่ที่นักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในรูปแบบวัฒนธรรม (Cultural Tourism) รวมถึงให้ความสนใจ ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หรือ (Sustainable Tourism) และต่อมาในยุคที่สาม มีการปรับกระแสของการท่องเที่ยว มาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือ (Creative Tourism) ที่ถือได้ว่าเป็นรูปแบบอีกหนึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญถึงความยั่งยืน เน้นความผูกพันของนักท่องเที่ยว ผู้ใหม่เยือน และเจ้าบ้าน ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจ อย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ.2544 หรือปี (ค.ศ.2001) องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้มีการจัดทำข้อตกลงว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม หรือ (UNESCO Universal Declaration of Culture Diversity) ในการกำหนดมาตรฐานนานาชาติ เพื่อรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยในปีต่อมา ยูเนสโกได้เริ่มโครงการพันธมิตรระดับโลกเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมในระดับชาติ โดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ของยูเนสโก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) 2) วรรณกรรม (Literature) 3) ดนตรี (Music) 4) อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) 5) งานออกแบบ (Design) 6) ภาพยนตร์ (Cinema) 7) สื่อศิลปะ (Media Arts) โดยหากเมืองใดต้องการเข้าร่วมเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) สามารถเลือกได้เพียงรูปแบบได้เพียงรูปแบบเดียวเท่านั้น

โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO มีเป้าหมายในการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างชุมชน และท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับชุมชน โดยเชื่อมโยงเมืองต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดโอกาสในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หรือ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้นๆ ทั้งวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบรูปธรรม และที่อยู่ในรูปแบบที่เป็นนามธรรม (Tangible and Intangible Cultural) ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวแนวใหม่ ของ UNESCO ทำให้เกิดความผูกพัน (Engaged) ผ่านประสบการณ์ (Authentic Experience) ทำให้นักท่องเที่ยวที่ร่วมทำกิจกรรม มีความเข้าใจลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองไปท่องเที่ยว (Active Understanding of the Specific Cultural Features of a Place)

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Properties of Creative Tourism)

นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท และธีระ ลินเดชาวัณ (2556) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้มีการกำหนด นโยบาย และแผนงานการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) โดยระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับ เจ้าของพื้นที่ วัฒนธรรมท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกับเจ้าของสถานที่ ซึ่งนับได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น” พร้อมให้หลักการของคุณสมบัติ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้าน มีความผูกพันซึ่งกันและกัน (Engaging the other)
2. นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจลึกซึ้ง ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว (Understanding of the Specific Cultural of the Place)
3. นักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมระหว่าง (Cross-Cultural Engagement/ Cultural)
4. เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange /Transformation Experiences)
5. นักท่องเที่ยว มีประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมกับเจ้าบ้าน (Co-operation Experience)
6. นักท่องเที่ยว มีโอกาสการพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการเพิ่มพูนประสบการณ์ (Co-Creating Experience)
7. นักท่องเที่ยว เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (Participate more than Observe)
8. นักท่องเที่ยวความเข้าใจในกระบวนการการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ จากประสบการณ์จริง (Authentic Both Process and Product/Genuine Experience)

9. เป็นการท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง (Traitor-made Approach)

10. นักท่องเที่ยวสามารถจดจำความประทับใจ และเข้าใจ การท่องเที่ยวในพื้นที่ (Memorable and understand)

หลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Principle of Creative Tourism)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ และเป็นต้นแบบ และมีความดั้งเดิม
2. มีจินตนาการ
3. มีองค์ความรู้ มีศิลปะ และมีความเป็นท้องถิ่น
4. เกิดจากการฉลาดคิด เกิดนวัตกรรม
5. เป็นทรัพย์สินทางปัญญา

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการสื่อความหมาย

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว มี 2 ประการ คือ

1. การเอื้อต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ เวลา และรายได้
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นแรงกระตุ้นทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ภูริวัจน์ เตชอุ่ม (2526, ออออนไลน์) ให้มุมมองเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้กรอบแนวคิด แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย ว่าในสังคมโลกปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยว ที่หลายประเทศทั่วโลกให้การยอมรับ และกำหนดให้เป็นทิศทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นผลลัพธ์ ของการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขหลักจาก 2 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงสังคมวิทยา และ 2) กระแสโลกาภิวัตน์และพลังความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมิติความแปลกใหม่ที่สามารดึงดูดนักท่องเที่ยว

โดยใจความสำคัญ คือ การอธิบายนิยาม ขอบเขต ความหมาย คุณลักษณะของ นักท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่จำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน และความ เป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ การท่องเที่ยว ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้กระบวนการพัฒนา 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหาอัตลักษณ์ความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม 2) การสร้างความโดดเด่น

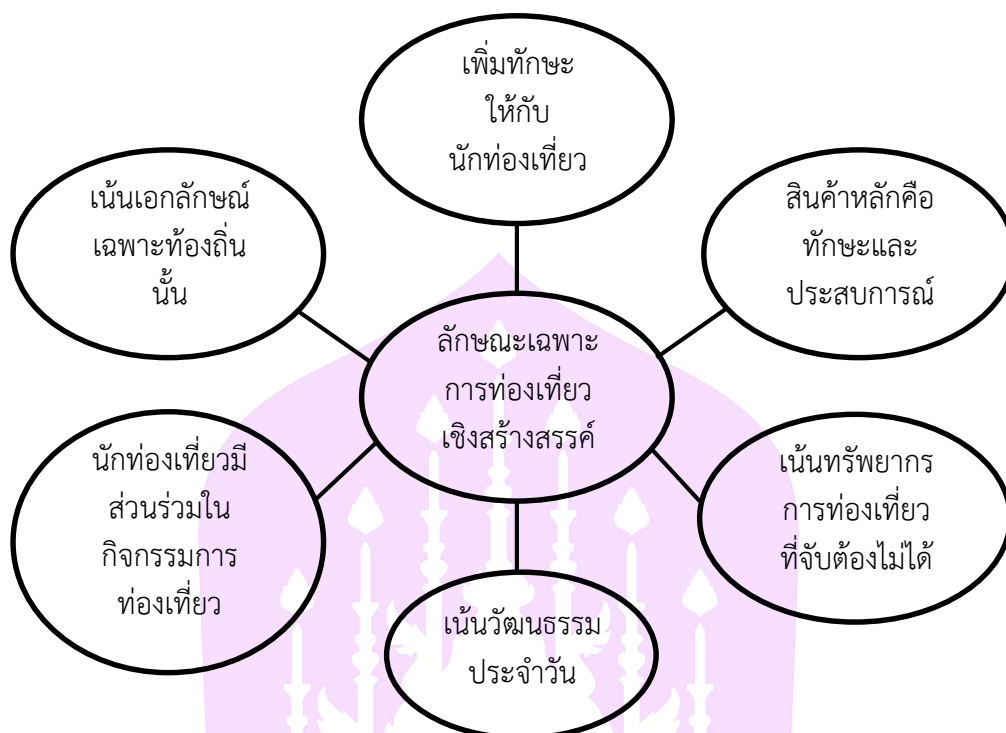
และความแตกต่าง 3) การรับรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึก 4) การเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว และ 5) การปรับเปลี่ยนกลวิธีในการพัฒนาการตลาด

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชน ที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในวิถีชีวิตชุมชน กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ ทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่จากชุมชน ตามนิยามของ UNESCO (2006) ที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยวที่เน้นการส่งเสริมการเรียนรู้ในเรื่อง วัฒนธรรม ศิลปะ เอกลักษณ์ท้องถิ่น ด้วยการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ละปีนักท่องเที่ยวเดินทางมักจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและเพื่อพักผ่อน ทั้งจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อพื้นที่ หากไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และจะกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหมดคุณค่า (Russo, 1995) แหล่งท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ (Tangible Product) จึงมีโอกาที่จะสูญสลาย หากมีการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง

Prentice and Andersen ได้มีการเปิดแนวคิดการขายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เป็นดังเห็นได้ว่าสินค้าเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อยๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงถูกนำมาใช้เรียก รูปแบบการท่องเที่ยวที่นำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ที่ผู้มาเยือนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆ กับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงได้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศ หรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งในรูปแบบการพัฒนานักท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ และทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึง สภาพสังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ของคนในพื้นที่ รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่นักท่องเที่ยวไปเยือน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ในขณะท่องเที่ยวได้



ภาพ 2 แสดงคุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา : ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการเรียนรู้ที่จะเข้าใจถึงวัฒนธรรมของประเทศ หรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เรียกอีกอย่างคือเป็นการพัฒนานักท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจอัตตลักษณ์ของชุมชน เช่น สภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม และเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และของชุมชนที่นักท่องเที่ยวไปเยือน

นอกจากนี้ ยูเนสโก (UNESCO, 2006) ยังได้ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการพัฒนา โดยได้มีการแบ่งออกเป็น 3 ยุคด้วยกัน คือ

ยุคแรก การท่องเที่ยวยุคใหม่ จากอดีตที่เป็นเพียงการเดินทางไปท่องเที่ยวทะเล และชายหาดเพื่อการพักผ่อน และการใช้เวลาว่างในวันหยุด

ยุคที่สอง ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ในรูปแบบของการไปศึกษาศิลปวัฒนธรรม และการไปท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ทั้งด้านการศึกษาความรู้สึก อารมณ์ สังคม และการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม และความเป็นอยู่คนในชุมชน เปรียบเสมือนนักท่องเที่ยวเป็นคนในท้องถิ่น

ยุคที่สาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องการให้มีผู้ที่สามารถบริหารจัดการให้กับนักท่องเที่ยวได้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างจากที่อยู่เดิม ซึ่งหากเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีความหมายที่ลึก และกว้างกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี

Larson and Ankomah (2004) ได้กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 5 ลักษณะ คือ

1. การสร้างสรรค์ จะต้องเป็นการเพิ่มขีดความสามารถเพิ่มมูลค่า และจะต้องผสมกลมกลืน ระหว่างวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ และประเพณีทางวัฒนธรรม ของพื้นที่นั้นด้วย
2. การสร้างสรรค์ ต้องสามารถเกิดการสร้าง การนำนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้
3. การสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการพัฒนาทรัพยากรในพื้นที่โดยต้องสร้างความคงอยู่อย่างยั่งยืน มากกว่าการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ เช่น พิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ที่อาจตกยุค และลดคุณค่า แต่ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะต้องคงอยู่ตลอดไปไม่สิ้นสุด
4. การสร้างสรรค์ สามารถเคลื่อนไปอย่างเป็นพลวัตหรือไม่หยุดนิ่ง มากกว่าที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เช่น งานฝีมือ ศิลปะ ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ซึ่งถือเป็นความท้าทายสำคัญและเป็นจุดหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. การสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่จะเกี่ยวพันกับความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณค่าอีกด้วย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์จะต้องสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับยุคปัจจุบันนี้ให้เกิดอย่างรวดเร็ว เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความหลากหลายของสามารถมาใช้ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นประสบการณ์ใหม่ของการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสได้ในระหว่างการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าแห่งการท่องเที่ยว ทำให้ให้ท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยนอกเหนือจากการท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถการเรียนรู้วัฒนธรรมในท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน แบบมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมประสบการณ์ร่วมกัน ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่

1. เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดเชียงใหม่ สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการทำศิลปะโคมไฟล้านนา ซึ่งเป็นศิลปะพื้นบ้านให้กับนักท่องเที่ยว หรือเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมดังกล่าว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ที่สามารถทำให้เกิดสินค้าที่ไม่เปื่อยเปื่อยเน่าทรพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

3. เป็นการท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ไปสู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ ทำให้กลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. เป็นการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน ชุมชนนำวิถีชีวิตประจำวัน นำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน

5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยว มีส่วนทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ทั้งชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการทัศน์และทิศทางใหม่ ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม ใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ผ่านประสบการณ์จริงที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมปฏิบัติได้ และเกิดประสบการณ์และเกิดการเปลี่ยนแปลงผสมผสานทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน โดยเกิดประโยชน์ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556) ในมิติต่างๆ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
3. มีความเข้าใจลึกซึ้งทางวัฒนธรรม
4. มีประสบการณ์การมีส่วนร่วม
5. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน / ส่งผ่าน – ส่งต่อประสบการณ์
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้เข้าชม
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ จากประสบการณ์จริง

9. จดจำ ประทับใจและเข้าใจ

10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

อนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น ภาคใต้ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีการฝึกกรำมโนราห์ ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหาร และศึกษาภูมิทัศน์ธรรมชาติของภาคใต้ เช่น การเดินป่าดิบชื้น การศึกษาพื้นที่ชุ่มน้ำของทะเลน้อยในจังหวัดพัทลุง หรือนักท่องเที่ยวที่สนใจการเข้าเรียนในโรงเรียนสอนทำอาหารควรมีโอกาสท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพของพืชและสัตว์ ผักพื้นบ้าน สมุนไพรที่นำมาประกอบอาหารดังกล่าว ผู้วิจัยจะนำความคิดดังกล่าวมากำหนดกิจกรรมทั่วไป เพื่อสร้างความสมบูรณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวม

จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้ และสามารถนำมากำหนดโครงสร้างในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัว ด้านสังคม เศรษฐกิจ ชุมชน และประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และเป็นโอกาสที่ดีที่ชุมชนจะเกิดกระบวนการเรียนรู้ และเข้าใจมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งส่งผลต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจ และรายได้ของชุมชน ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ คือ การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยว มีโอกาสได้สัมผัสของจริงเชิงประจักษ์ และ นำมาผ่านแนวทางการพิจารณาในข้อมูลที่เป็นกระบวนการพัฒนา ที่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ได้สัมผัสสาระความรู้ที่มองไม่เห็น ขณะสัมผัสจริง และนำข้อมูลจากเนื้อหาการรู้เห็น ข้อมูลสาระ และความรู้ มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงมโนภาพ ที่ผ่านการมองเห็นและการรับรู้ เกิดเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบมโนภาพบนพื้นฐานของจริง และความจริงแท้เกิด จากการจากกระบวนการคิด (Ingenuity) จากความรู้ทางกายภาพ สู่ความรู้ทางจิตภาพ และมโนภาพ เป็นลำดับ (พระพรหมคุณาภรณ์ป.อ. ปยุตโต, 2553) การท่องเที่ยวแบบดังกล่าวเป็นการต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจินตนาการ (Imagination) การจรรโลงจิตใจ (Inspiration) และสามารถสร้างองค์ความรู้ (Knowledge) จากการสร้างประสบการณ์ที่เกิดขึ้น

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต) ระบุในหนังสือพุทธธรรม ถึง การพัฒนาแบบองค์รวม ในการเนนชีวิตของมนุษย์ ที่จำต้องมีการพัฒนาใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม 2) ด้านจิตใจ และ 3) ด้านปัญญา

ด้านสิ่งแวดล้อม มนุษย์ต้องใช้อายตนะทั้ง 6 เป็นช่องทางรับรู้ และช่องทางกระทำกรรมโดย โดยผ่านการ กระทำ การพูด และการใช้ความคิด นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่เป็นสิ่งแวดล้อม โดยในสื่อสารสัมพันธ์ มี 2 แนวทาง คือ สภาพแวดล้อมทางสังคม คือ เพื่อนมนุษย์ตลอดจนสรรพสัตว์ และสิ่งแวดล้อมทางวัตถุหรือกายภาพ

ด้านจิตใจ เป็นความการสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และการแสดงออก เป็นการทำงาน ของจิตใจ มีองค์ประกอบของจิตใจเข้ามาเกี่ยวข้องในการพิจารณา ในส่วนที่เป็นความใช้หรือไม่ใช้ ชอบหรือไม่ชอบ อยากรได้ หรือไม่อยากรได้ อยากรหนี หรืออยากรทำลาย ซึ่งจะมีผลต่อการชักนำพฤติกรรม

ด้านปัญญา สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือแสดงออก ที่เมื่อมีผลกระทบทางจิตใจอย่างใด อย่างหนึ่ง หรือมีองค์ประกอบด้านหนึ่งของชีวิต คือ ความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ความเชื่อ จะมีการแสดงออกในลักษณะ ของ “ด้านปัญญา” หรือ “มโนภาพ”

ผู้วิจัยจึงได้ตั้งนิยามเฉพาะเกี่ยวกับการรู้ในงานวิจัย เป็น 3 ระดับ คือ

1. การรู้เห็น หมายถึง การรับรู้ (Perceptual) และการสัมผัส จากอายตนะทั้ง 6 ทำให้เกิดการรับรู้จากสิ่งที่สัมผัส กล่าวถึงการรับรู้ (Perceptual) หมายถึง การแปลความหมาย จากการสัมผัส เริ่มจากการมีสิ่งเร้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 และส่งกระแสประสาทไปยังสมอง Stuart B. Flexner ศาสตราจารย์แห่งศัพท์ภาษาอังกฤษ ได้ระบุถึงการรับรู้ (Perception) ที่หมายถึง รับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 แบ่งเป็น การรับรู้ระยะแรก หรือการรับรู้ทางกายภาพ ที่สัมผัสได้ เป็นการรู้ขั้นต้น แบบสัญชาตญาณ และจากการสัมผัสสิ่งต่างๆ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ การรู้เห็น เรียกระดับรับรู้เป็น "การรู้" (เพิลิกชเนอร์ สจิวต เบิร์ก, 1998)

2. ในหนังสือศาสตร์แห่งศัพท์ Stuart B Flexner ระบุว่า Intellectual ความหมายถึง 1) สติปัญญาที่มีความเฉลียวฉลาด และมีการใช้เหตุผล 2) มีลักษณะการใช้เหตุผลที่ดี และ 3) มีมันสมองหรือความเข้าใจ ส.เศรษฐบุตร ระบุถึง Intellectual เกี่ยวกับปัญญา โดยในงานวิจัยฉบับนี้ หมายถึง การรับรู้ด้วยสติปัญญา (Intellectual) หรือการพิจารณา ที่เป็นการรู้แบบจินตทัศน์ รู้ด้วยญาณ รู้ด้วยความรู้ อย่างมีเหตุผล เกิดจากการพิจารณารู้ ความหมายของสิ่งที่เห็น แต่พิจารณาจากคุณสมบัติที่มองไม่เห็น การปฏิบัติญาณ ให้เกิดองค์รู้ ที่ใหญ่ขึ้น มีความหมายมากขึ้น เป็นการเรียนรู้แบบวิญญาญาณ การรู้พิจารณาใช้เรียก ระดับรู้นี้ว่า “ความรู้”

3. การรู้คิด หมายถึง การรู้จากความคิด เพื่อสร้างมโนทัศน์ใหม่ (Conceptual) โดยพจนานุกรมศัพท์ปรัชญา กล่าวถึง มโนทัศน์ (Conceptual) ว่าหมายถึงภาพที่เกิดในใจเป็นตัวแทนความหลากหลายที่ต่างกัน แต่มีลักษณะบางอย่างที่คล้ายกัน เช่น สุนัขเป็นมโนทัศน์ทั่วไปสำหรับสุนัขทั้งหมด ถึงแม้สุนัขแต่ละตัวอาจจะไม่เหมือนกัน

ในแนวคิด ในสาขาการศึกษา มโนทัศน์ ได้ให้ความหมายของมโนทัศน์ หมายถึง ภาพความคิดในสมองเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ประกอบด้วยคุณสมบัติรวมของสิ่งนั้น

ส่วน ส.เศรษฐบุตร ให้ความหมายในพจนานุกรมโดยระบุว่า Conceptual หมายถึง แนวความคิดเกี่ยวกับมโนภาพ เกี่ยวกับความนึกคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น นอกจากนี้ Stuurnt B.Flexner ได้กล่าวในหนังสือ ศาสตร์แห่งศัพท์ โดยระบุว่า มโนทัศน์ (Concept) หมายถึง การสร้างมโนภาพ การนึกภาพหรือจินตนาภาพได้ โดยผู้วิจัยสรุปความหมายมโนทัศน์ว่าเป็นการรู้ที่สร้างจากปฏิสัมพันธ์ การรับรู้ การเห็น และการพิจารณา เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นการรู้แบบสร้างสัมพันธ์ภาพ เป็นการรู้แบบปัญญาญาณโดยใช้ปฏิภาณ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ การรู้คิดใช้เรียกระดับรู้เป็น “ภูมิรู้”

จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ให้มีโอกาสได้สัมผัสของจริง มีประสบการณ์จากการสัมผัส การรับรู้ลักษณะ ทางกายภาพจนเกิดเป็นองค์ความรู้เชิงมโนภาพ เรียกได้ว่าเป็นการสร้างการรับรู้จากภายนอก สู่อภายใน หรือด้านกายภาพ สู่ความรู้ด้านจินตภาพ และมโนภาพ ซึ่งหลักการพัฒนาคนแบบตามแนวทางของหลักพุทธธรรม สอดคล้องกับ หลักคิดในการพัฒนานักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยหลักการพัฒนาและหลักคิดเหมือนกันคือ รู้เห็นด้วยกายภาพ รู้พิจารณาด้วยจิตใจ และรู้คิดด้วยปัญญา ผลที่ได้คือเห็น กายทัศน์จากลักษณะกายภาพ รู้จินตทัศน์จากจิตใจ ชุ่มมโนทัศน์ด้วยปัญญา

การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545) ได้ให้แบบการตรวจสอบ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีขั้นตอนและกระบวนการ ดังต่อไปนี้

ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

1. ประเภทของทรัพยากร มีทรัพยากรหลักซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และ
2. ทรัพยากร รองหรือทรัพยากรสนับสนุน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

ชนิดของทรัพยากร แบ่งได้ 5 ชนิด

1. ทรัพยากรธรรมชาติ : พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำ
2. ทรัพยากรวัฒนธรรม : ศาสนา มรดกวัฒนธรรม ชาติพันธุ์
3. ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ : งานมหกรรม การแข่งขันธุรกิจ โชว์ต่างๆ
4. ทรัพยากรกิจกรรม : นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก
5. ทรัพยากรบริการ : การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1. เขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รายการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูด ในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ และประเภทของที่พักรับบริการกับนักท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในพื้นที่ มี ความสำคัญอะไรที่แตกต่างจากแหล่งอื่น และสิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบัน และในอนาคต ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติได้ดังนี้ ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลาง หรือศูนย์ข้อมูลเท่าไร ฤดูกาลและเวลาที่ใช้ การเข้าถึง การจัดการดูแล ใครเป็นเจ้าของใครจัดการ การติดต่ออำนวยความสะดวกสถิตินักท่องเที่ยวลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีระดับการใช้มากหรือน้อยใครมาเที่ยวมาจากไหนมาทำอะไรมีลักษณะประชากรอย่างไรค่าธรรมเนียมภายใน แหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอะไรในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม มีสิ่งดึงดูดอะไรที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมสังคม มีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล การเข้าถึงภายใน แหล่งท่องเที่ยวทางเข้าใครเป็นเจ้าของใครจัดการติดต่อใครสถิตินักท่องเที่ยวมีระดับการใช้มาก หรือน้อยการติดต่อประชาสัมพันธ์ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้เป็นใคร มาจากไหน มีลักษณะประชากรอย่างไรค่าธรรมเนียมภายใน แหล่งท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอย่างไร มีสิ่ง ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร เหตุการณ์นั้นเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องที่อื่นหรือไม่ และความถี่ในการเกิดขึ้น ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งของ เหตุการณ์สำคัญจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลายาวนานของ เทศกาล การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยว และประชากร

ท้องถิ่น กิจกรรมสำหรับ นักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม

รายการทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมนั้นมีความโดดเด่นอย่างไร สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล การเข้าถึง เจ้าของ ผู้ดูแลกิจการ การประชาสัมพันธ์ ระดับกิจกรรม สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทาง ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชม รายการทรัพยากรบริการ ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ผู้ให้บริการ การติดต่อกับผู้ให้บริการเวลาที่เปิด ทำการบริการที่เสนอให้ ข้อมูลที่มีให้ ติดต่อใคร ระดับการใช้ปัจจุบัน ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลดังนี้

บริการด้านที่พักแรม ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ระยะเวลาที่เปิด การเข้าถึงแหล่งบริการ ด้านการจัดการและ มาตรฐานของการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ

บริการด้านอาหาร ได้แก่ ชื่อและที่ตั้ง ประเภทและอันดับของบริการด้านอาหาร การจัดการด้านการบริการอาหาร สถานที่ขนาดการเปิดปิดบริการ ประเภทของผู้ใช้บริการ และราคา มาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ

บริการการต้อนรับ ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งของผู้ให้บริการ เวลาที่เปิดทำการบริการที่เสนอให้ข้อมูลที่มีให้ สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงค่าธรรมเนียมภายใน แหล่งท่องเที่ยว

2. ประเมินทรัพยากร

คุณภาพทรัพยากรพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความแตกต่างจากทรัพยากรที่อื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนใดต้องปรับปรุงการบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใดตลอดจนอุปสรรค ต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใด

ความโดดเด่นของทรัพยากรพิจารณาดังนี้ สิ่งใดที่ทำให้ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นกว่า ทรัพยากรอื่น และมีความแตกต่างเรื่องใด และทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้นๆ

อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวพิจารณาดังนี้ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของ นักท่องเที่ยวมีการวัดระดับการใช้และประเมินการใช้อย่างไรทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ ดึงดูดนักท่องเที่ยว

ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยวพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร ปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้ และทรัพยากรนั้นมีอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตอย่างไร

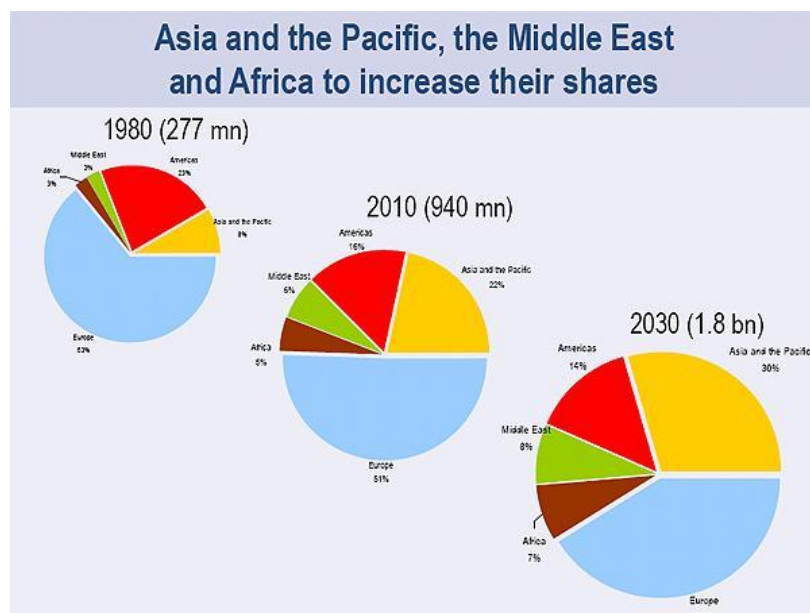
ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้แนวทางดังกล่าวในการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประเมินทรัพยากร ซึ่งได้แก่ รายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่ และประเภทของที่พักรับบริการกับนักท่องเที่ยว

แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030

มาคิโอ ฟาวิลล่า (2011) กล่าวว่า การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ UNWTO คาดการณ์ไว้จนถึงปี 2020 ค่อนข้างเป็นไปตามเป้าหมาย คือ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995-2020 แต่ในบางปีอาจมีจำนวนต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจและภัยสงคราม ทั้งนี้ ในปี ค.ศ. 2009 มีนักท่องเที่ยว 881 ล้านคนทั่วโลก และในปี ค.ศ. 2010 มีนักท่องเที่ยว 940 ล้านคน โดย UNWTO คาดว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเติบโตต่อไปแต่ด้วยอย่างก้าวที่ช้าลง

จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 43 ล้านคน โดย UNWTO คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี ค.ศ. 2010 ว่าจะมี 1 พันล้านคน และเพิ่มเป็น 1.4 พันล้านคนในปี 2020 และ 1.8 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2030

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นไป UNWTO คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากเขตเศรษฐกิจเกิดใหม่จะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวจากประเทศพัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะได้รับนักท่องเที่ยวจากตลาดเกิดใหม่มากที่สุด



ภาพ 4 ส่วนแบ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลางและแอฟริกา

ที่มา: UNWTO Tourism and Small Economic, 2016

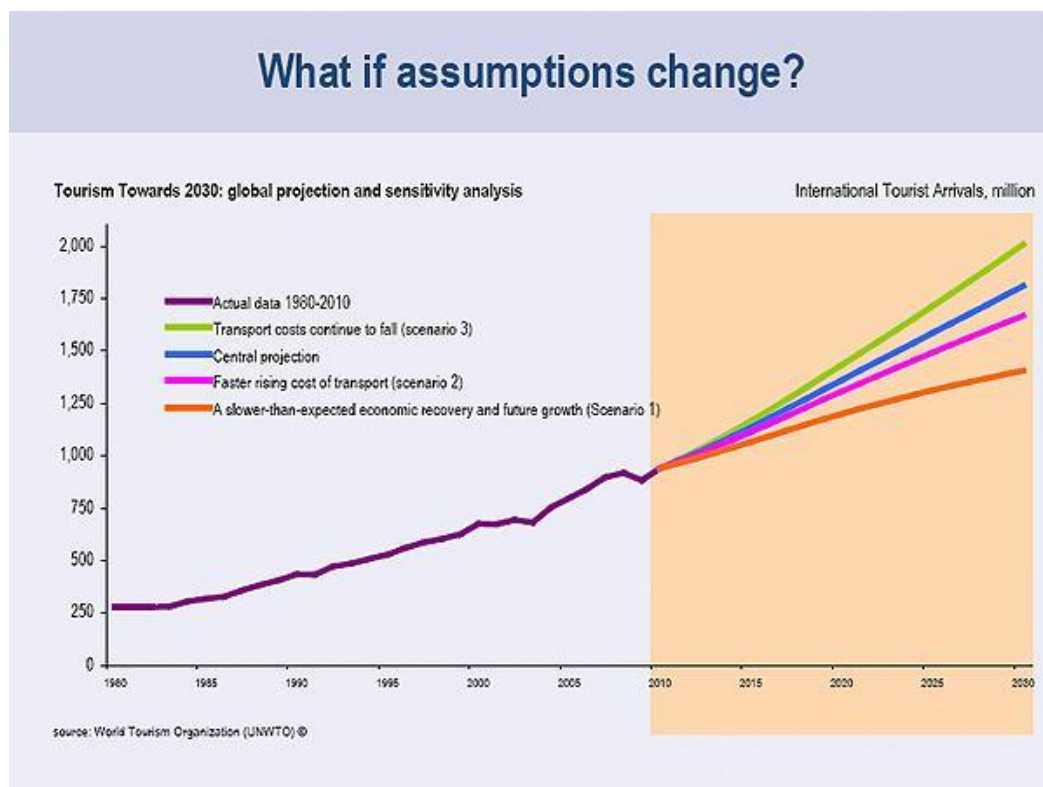
ส่วนแบ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และแอฟริกา จะเพิ่มขึ้น

โดยภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือจะเป็นอนุภูมิภาคที่มีผู้เดินทางไปเยือนสูงสุดในปี ค.ศ. 2030 ขณะที่เมื่อเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่อประชากรในพื้นที่ (100 คน) แล้วพบว่า ภูมิภาคยุโรปยังคงความเป็นผู้นำ

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางยังคงมีสัดส่วนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนมีสัดส่วนสูงสุด รองลงมาคือการเยี่ยมญาติมิตร สุขภาพ และศาสนา และการเดินทางเพื่อธุรกิจมีสัดส่วนน้อยที่สุด

การเดินทางโดยเครื่องบินจะยังคงมีส่วนแบ่งในตลาดเพิ่มขึ้นแต่ในอัตราที่ช้าลง และการเดินทางระหว่างภูมิภาคจะเติบโตขึ้นเร็วกว่าการเดินทางภายในภูมิภาค

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของการเดินทางขาออกสูงที่สุด แต่เมื่อเทียบกับจำนวนประชากร 100 คน พบว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปมีจำนวนสูงถึง 89:100 ขณะที่เอเชียแปซิฟิกมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่อประชากรเพียง 12:100



ภาพ 5 การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ที่มา: World Tourism Organization (2015)

จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะยังคงเติบโตต่อไปแต่ลดระดับลงจากร้อยละ 4.2 ต่อปี (ระหว่าง ค.ศ. 1980–2020) เป็นร้อยละ 3.3 ต่อปี (ระหว่าง ค.ศ. 2010–2030) เนื่องจากปัจจัย 4 ประการคือ

1. จำนวนพื้นฐานสูง จำนวนที่เพิ่มขึ้นน้อย
2. การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ต่ำลงขณะที่เศรษฐกิจจืดจาง
3. ความยืดหยุ่นของการเดินทางท่องเที่ยวต่อ GDP ต่ำลง
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเปลี่ยนจากลดลงเป็นเพิ่มขึ้น

คาดการณ์การท่องเที่ยวในปี 2030 แสดงให้เห็นว่ายังคงมีศักยภาพขยายตัวต่อไป ในทศวรรษหน้า โดยแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ จะได้ประโยชน์จากแนวโน้มและโอกาสที่เกิดขึ้น หากมีการกำหนดนโยบายและเงื่อนไขที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การตลาดและทรัพยากรบุคคล

พร้อมกับที่มีโอกาสที่มีความท้าทายเกิดขึ้นในการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม และลดผลกระทบเชิงลบ โดยรูปแบบการเติบโตในระยะยาวจะเป็นแบบปานกลางมีความยั่งยืนและเป็นองค์รวม

โอกาสและความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ซึ่ง UNWTO คาดการณ์ไว้ 5 ประการ

1. การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่ทรงอำนาจในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งลดความยากจนในหลายประเทศจากการสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและรายได้จากการส่งออก

2. เพื่อก้าวไปสู่ศักยภาพนี้จำเป็นต้องสร้างและยกระดับการรับรู้ และทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญในวาระทางการเมือง

3. ความยั่งยืน (ทางสังคม, เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม) มีความสำคัญมากขึ้น โดยเน้นเรื่องการพึ่งพาพลังงาน การปรับตัวและบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจสีเขียว การจัดการพื้นที่แออัด และการบริหารความเสี่ยง

4. ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงง่ายเนื่องจากมีประสบการณ์มากขึ้น มีความต้องการสูงขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ (อายุ, การย้ายถิ่น และความหลากหลายของโครงสร้างครอบครัว) การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และวิถีชีวิตจากเศรษฐกิจเชิงบริการสู่เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์

5. การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในแง่ของการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสม เช่น นวัตกรรม ความหลากหลายของสินค้า ตลาดและกลุ่มลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาดและการส่งเสริมสินค้า การวิจัย การประเมินผล การพัฒนาทรัพยากรบุคคล คุณภาพ เป็นต้นโรงแรมแห่งอนาคต (Hotel of the Future)

อารี ธีรสัตยาพิทักษ์ (2556) โรงแรมไม่ได้มีความหมายเพียงสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางที่ตั้งอยู่ ณ แห่งใดแห่งหนึ่งเท่านั้น แต่ยังมีรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นด้วยเช่น โรงแรมบนเรือสำราญ ยานอวกาศ บอลลูนที่ล่องลอยไปบนฟ้า ขบวนรถไฟที่มีห้องพักรถเมื่อเดินทางไกล รีสอร์ทกลางทะเล

โรงแรมมีรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นมากมายเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี และตามความต้องการของลูกค้าเช่น HIP Hotel, Travelodge Container Hotel ซึ่งใช้ตู้คอนเทนเนอร์มาทำเป็นห้องพัก

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

- ลูกค้าที่ใช้ตัวเองเป็นศูนย์กลางและต้องการความรวดเร็ว
- ความภักดีของลูกค้าลดลง
- ต้องการความบันเทิงในเวลาว่างที่จำกัด
- มีความต้องการสูง (Demanding)
- มีประสบการณ์ (Experienced)
- ไม่อดทน (เวลาเป็นสิ่งสำคัญ)
- ไม่อาจคาดเดาได้ (Unpredictable)
- เป็นปัจเจกบุคคลในฝูงชน (Individual in a Herd of Humans)
- มีมาตรฐานชีวิตสูงและมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกในบ้าน
- มีฐานะที่ดี
- มีความตั้งใจและสามารถที่จะใช้เงินเพื่อตัวเอง
- มีความตั้งใจที่จะปรนเปรอตนเองและผู้อื่น
- มีความตั้งใจที่จะได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ง่ายและรวดเร็ว
- มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีหรือขอบธรรมชาติ หรืออาจ เป็นทั้งสองอย่าง

การให้บริการของโรงแรมจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปจากสิ่งเหมือนกัน (Uniformity) ไปสู่การออกแบบที่เฉพาะตัวมีความแตกต่างธุรกิจบริการขายอะไร

สิ่งที่ธุรกิจบริการ เช่น โรงแรมและภัตตาคารขายคือความพึงพอใจในการใช้บริการแต่ละครั้ง (One Time Satisfaction)

- ลูกค้าต้องการซื้อความสุข การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ความง่าย ความเร็ว ความผ่อนคลาย ความเอาใจใส่
- คาดหวังที่ลูกค้ามีก่อนใช้บริการ ความทรงจำจากการเข้าพักโรงแรมเมื่อความต้องการส่วนบุคคลได้รับการตอบสนอง และการเชิญชวนให้กลับมาใช้บริการ รวมทั้งการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การบริการในอนาคตและลูกค้าในอนาคต

วิธีการสร้างอนาคต

1. โดยวิธีใช้หลักฐานที่ผ่านมาเป็นพื้นฐาน เช่น ข้อเท็จจริง ข้อมูล โมเดล ทางวิทยาศาสตร์ การทบทวนวรรณกรรม ตัวชี้วัดต่างๆ
2. วิธีการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน เช่น จิตนาการ นวนิยายวิทยาศาสตร์ Simulation games
3. วิธีการของผู้เชี่ยวชาญ Panels Scenarios

4. วิธีการแบ่งปันความรู้ การประชุม การทดลองเชิงความคิด การสำรวจ

ในอนาคตสิ่งที่จำเป็นคือความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างโรงแรม โดยยกกรณีศึกษา โครงการ Hotel of Tomorrow ของประเทศฟินแลนด์ ซึ่งมีการกำหนด 10 Trends 10 Visions ไว้ดังนี้

1. Experience Economy เน้นการขายประสบการณ์ที่น่าประทับใจเช่น ห้องพักในโรงแรมกลางเมืองแต่มีวิวเป็นทะเลหรือป่าเขา
2. Nanotechnology ถูกนำมาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการทำความสะดวก
3. Generation P คนรุ่นใหม่จะมีความต้องการเฉพาะตัวเพิ่มขึ้นและในปี 2015 โรงแรมไม่จำเป็นต้องให้แขกลงทะเบียนเข้าพัก (check-in) โรงแรมก็รู้ข้อมูลของลูกค้า
4. Robotics ในปี ค.ศ. 2020 จะมีการนำหุ่นยนต์มาช่วยทำงาน Routine ในโรงแรม
5. Creative Commerce การเสนอขายอย่างสร้างสรรค์ เช่น การให้ทดลองสินค้า
6. Biotechnology การใช้เทคโนโลยีชีวภาพ จะถูกนำมาใช้ในธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น
7. Solar Power ในปี ค.ศ. 2020 พลังงานจากแสงอาทิตย์จะเป็นสิ่งที่นำมาใช้จริงในชีวิตประจำวัน
8. Total Connectivity ในอนาคตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะถูกซ่อนไว้ในทุกที่ โดยเราอาจมองไม่เห็น แต่มันเชื่อมต่อกันอย่างไร้ขีดเวลา และมีช่องทางในการเรียกดูข้อมูลในทุกที่ เช่น ระหว่างที่เราเดินทางไปทำธุรกิจก็ยังสามารถทานอาหารพร้อมกับครอบครัวได้โดยเห็นหน้ากัน
9. Effortless Interfaces ในปี ค.ศ. 2020 การสั่งงานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์อาจใช้เพียงเสียงสั่งการ มีผู้ช่วยเสมือน (Virtual Assistant) ที่ช่วยกู้และจัดหาข้อมูลให้รวมทั้งจะมี Digital Paper ในปี ค.ศ. 2020
10. Private Space Travel ในอนาคตการเดินทางท่องเที่ยวในอวกาศจะเป็นการเดินทางส่วนตัว

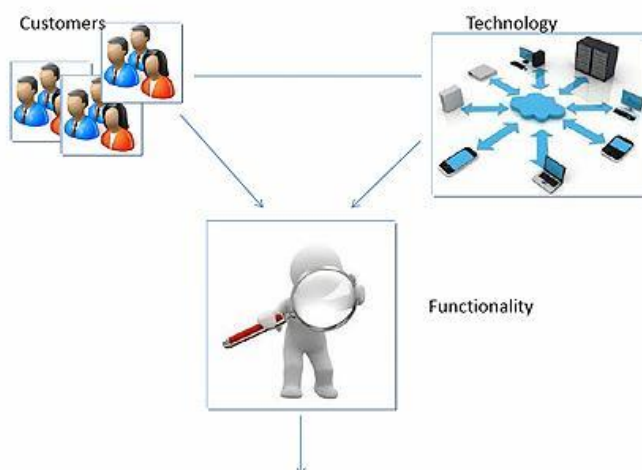
ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยวเกิดขึ้น

1. Powerpack หรือกระเป๋าเดินทางที่สามารถสะสมพลังงานไฟฟ้าได้ขณะที่ถูกตากและใช้เป็นที่ชาร์จโทรศัพท์มือถือได้
2. Living Wall หรือ ผนังที่ดูเป็นธรรมชาติ
3. H.O.T Bed หรือ เตียงในห้องพักโรงแรมที่สามารถดัดแปลงให้ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น โต๊ะทำงาน โต๊ะเขียนแบบ หรือยกเก็บได้เพื่อให้เกิดพื้นที่ว่าง

4. Zoomroom หรือห้องพักที่ควบคุมด้วยระบบไฟฟ้าและรีโมตคอนโทรลในการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ตามความต้องการใช้งาน (www.zoom-room.com)

โครงการ Finnish Hotel of Tomorrow (FHOT)

Creating two concepts



ภาพ 2 โครงการ Finnish Hotel of Tomorrow (FHOT)

ที่มา: TAT Review (2555). เมษายน-มิถุนายน. สรุปรการประชุมเชิงวิชาการนานาชาติ เรื่องอนาคตการท่องเที่ยว (Tourism Future Conference)

โครงการ Finnish Hotel of Tomorrow (FHOT)

เริ่มดำเนินการเมื่อปี 2007 ทำขึ้นเพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่อุตสาหกรรมโรงแรม และเป็นห้องทดลองสำหรับนักเรียนด้านการโรงแรม โดยมีการสร้างแนวคิดเป็น 2 ด้าน

จากแนวคิดดังกล่าวเชื่อว่าผู้เข้าพักแรมร้อยละ 92 คาดหวังให้การเข้าพักของเขา จะถูกทำให้เป็นส่วนตัวตามรายการที่เลือกไว้ ณ เวลาที่ทำการจองหรือก่อนที่จะเดินทางมาถึง

มีการระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ๆ โดยผู้เกี่ยวข้อง แนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้น เช่น การจัดหาอุปกรณ์ในโรงแรมที่เป็น Individual Guest Technology, Connection to Nature ห้องพักแบบ Experience Suite ที่มีอุปกรณ์เช่น หมอนดนตรี (Pillow Music), Media Cube (ตู้สื่อสาร), Flex Bed (เตียงปรับได้), Flex Sofa (โซฟาปรับได้) Video room Number (วีดีโอบอกเลขห้อง), Weather Wall (ป้ายพยากรณ์อากาศบนผนัง)

เกิดแนวคิดที่จะทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกใกล้ชิดและเชื่อมโยงกับธรรมชาติได้ โดยห้องพัก จะสร้างจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนเช่นพื้นไม้ไผ่ หลอดไฟสลั้ว วัตต์ต่ำ และหักเงินร้อยละ 1 จากผลกำไรไปใช้เพื่อปลูกต้นไม้ในฟินแลนด์และที่อื่นๆ ทั่วโลก

ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ใน Green Room เช่น Living Wall ซึ่งทำจากพืช ที่สามารถเปลี่ยนก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้เป็นออกซิเจนได้ Self-repairing nano fabric ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอีก 10-15 ปีข้างหน้า เป็นผ้าที่มี Nanobots ผสมอยู่ใน เส้นใยและสามารถซ่อมแซมส่วนที่ขาดได้เอง, Crowd Farming Floor คือพื้นที่ห้องที่สามารถ เปลี่ยนแปลงแรงกดจากการเหยียบย่ำให้เป็นพลังงานไฟฟ้าใช้กับหลอดไฟในห้อง, กระเป๋า แบบลากที่ผลิตกระแสไฟฟ้าได้ขณะที่มันถูกลาก, Solar Panel Lighting หรือหลอดไฟที่ใช้แผง รับแสงอาทิตย์เป็นตัวผลิตแสงไฟ และมีการออกแบบตกแต่งห้องนอนโดยใช้โทนสีธรรมชาติ

Try + Advertising = Tryvertising เป็นการโฆษณาโดยใช้วิธีการให้ลูกค้าทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ในโรงแรม

การสร้างความเป็นเชื่อมโยงกับธรรมชาติ (Connection to Nature) จะต้องแสดงความ ห่วงใยโลก และต้องทำให้การออกแบบมีความสอดคล้องกับธรรมชาติ ทำให้ลูกค้านึกถึง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับธรรมชาติและห้องพักต้องบ่งบอกค่านิยมเฉพาะตัวของลูกค้า ตามสิ่งที่เขาเลือก

Individual Guest Technology จะเป็นเทคโนโลยีสร้างความเฉพาะตัวแก่ลูกค้า ตามประสบการณ์ที่ลูกค้าต้องการ ห้องพักจะทำความรู้จักกับผู้เข้าพักได้และเรียนรู้ข้อมูล ของลูกค้าโดยลูกค้าสั่งการตามความปรารถนาของตน

ปัจจุบันโครงการ FHOT ได้รับแนวคิดใหม่ๆ จาก Feedback ของผู้ที่อยู่ใน อุตสาหกรรม ลูกค้า คู่ค้า(จากการทดลองนวัตกรรมใหม่ๆ) มหาวิทยาลัยที่เป็นพันธมิตร (จาก งานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ของห้องพัก) และจากงานวิจัยของนักศึกษา และต่อไปจะให้ มี การพัฒนาแนวคิดบนเว็บผ่าน Social Media ที่ทุกคนสามารถเป็นผู้พัฒนาแนวคิดได้ เป็นการ ใช้พลังฝูงชนจากเครือข่ายออนไลน์ (Crowd Sourcing)

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสำหรับการจัดประชุมในอนาคต (The Conference Hotel of Tomorrow – CHot) ซึ่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม กับการจัดประชุมสัมมนาโดยเฉพาะ โดยผู้บรรยายยกตัวอย่างอุปกรณ์ไฮเทคที่ปรากฏ ในภาพยนตร์เรื่อง Minority Report

ประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึง

1. เราต้องรู้จักลูกค้า และสร้างบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการคิดผลิตภัณฑ์ (Co – creation) ทั้งจากผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม ลูกค้า และพนักงาน

3. การสร้างอนาคตต้องมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาพิจารณา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้เหมาะสมกับกระแสโลกของการท่องเที่ยวในอนาคต อย่างเหมาะสม

5. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

5.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

การพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมา ส่งผลให้ ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นตามลำดับ ได้แก่ เศรษฐกิจไทยมีขนาดใหญ่ขึ้น มีฐานการผลิตและ บริการที่มีความเข้มแข็งและโดดเด่นในหลายสาขา และความร่วมมือกับมิตรประเทศทั้งในรูปทวิภาคีและพหุภาคี รวมถึงความร่วมมือกับประเทศในอนุภูมิภาค และอาเซียนมีความเข้มข้นและชัดเจนขึ้น ขยายโอกาสด้าน การค้าและการลงทุนของไทย เพิ่มขึ้น ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานมีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น และการ บริการทางสังคม ทุกด้านที่มีความครอบคลุมทั่วถึง ทำให้รายได้ประชาชนสูงขึ้นปัญหาความยากจนลดลง และคุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างเศรษฐกิจไทยมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจและสังคมโลก มากขึ้น จึงทำให้มี ความอ่อนไหวและผันผวนตามปัจจัยภายนอก ในขณะที่ความสามารถ ในการแข่งขันปรับตัวช้า เนื่องจากการ ยกกระตือรือร้นใช้มูลค่าการผลิตเกษตร อุตสาหกรรม และบริการสู่การใช้องค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมยังดำเนินการได้น้อย ทำให้ฐานการผลิตเกษตร อุตสาหกรรม และบริการมีผลผลิตภาพการผลิตต่ำ ประกอบกับ ประเทศไทยยังประสบปัญหาคุณภาพในเกือบทุกด้านที่สำคัญได้แก่ คุณภาพคน คุณภาพ การศึกษา คุณภาพบริการสาธารณะและบริการสาธารณสุข สังคมไทยยังมีความเหลื่อมล้ำสูง ก่อให้เกิดความแตกแยก

นอกจากนี้ทรัพยากรธรรมชาติที่ร่อยหลอและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว มีภาวะขยะล้นเมือง และการบริหารจัดการน้ำยังไม่เป็นระบบโครงข่ายที่สมบูรณ์ ในขณะที่ ความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจาก สภาพภูมิอากาศผันผวนมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ กฎเกณฑ์และกฎระเบียบของสังคมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความเข้มงวดมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งสะท้อนถึงปัญหาการจัดการภาครัฐที่ ขาดประสิทธิภาพ เพราะการบริหารจัดการยังขาดเอกภาพ และการปฏิรูปกฎหมายเพื่อพัฒนาประเทศ ยังล่าช้า

ดังนั้น การพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จำเป็นต้องมีการเตรียม ความพร้อมเพื่อวางรากฐานของประเทศในระยะยาวให้มุ่งต่อยอดผลสัมฤทธิ์ของแผน ที่สอดคล้องเชื่อมโยงและรองรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องกัน ไปตลอด 20 ปี ตามกรอบ ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2560-2579) โดยมีสาระสำคัญ สรุปได้ ดังนี้

หลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ยึดหลัก “ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็น ศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 และยึดหลักการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการ เจริญเติบโตจากการเพิ่มผลผลิตทางการ ผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม สำหรับการกำหนดวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ยึดวิสัยทัศน์ของกรอบ ยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในขณะที่ การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ของแผนพัฒนาฯ ได้ยึดเป้าหมายอนาคต ประเทศไทยปี 2579 ที่เป็นเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มาเป็น กรอบในการกำหนด เป้าหมายที่จะบรรลุใน 5 ปี โดยที่เป้าหมายและตัวชี้วัดต้องสอดคล้องกับกรอบเป้าหมาย การ พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่องค์การระหว่างประเทศกำหนดขึ้น อาทิ การพัฒนา ที่ยั่งยืน (sustainable development goals : SDGs) ที่องค์การสหประชาชาติกำหนดขึ้น เป็นต้น ส่วนแนวทางการพัฒนา ได้บูรณาการนโยบายหรือประเด็นพัฒนาที่สำคัญของประเด็นการ ปฏิรูปประเทศ 37 วาระ และไทยแลนด์ 4.0 การจัดทำแผน ขับเคลื่อน และการติดตาม ประเมินผล เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม ทั้งจากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และภาคการศึกษา ในทุกพื้นที่ของประเทศ เป็นกลไกประชารัฐที่รวมพลังให้ สามารถกำหนดเป้าหมาย แนว ทางการพัฒนา รวมทั้งแผนงานโครงการสำคัญที่ตอบสนองความต้องการและ แก้ไขปัญหา ให้กับประชาชนได้อย่างสอดคล้องกับภูมิสังคมและเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจังใน 5 ปี

จุดเปลี่ยนสำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12

ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะเป็นแผนแรกที่ถูกใช้ให้เป็นกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา ซึ่งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่จะต้องบรรลุผลลัพธ์ และผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนา รวมทั้งกำหนดแนวทางการพัฒนาในรายละเอียดที่ต้องเชื่อมต่อการปฏิบัติที่ ต้องดำเนินการในช่วง 5 ปี โดยได้กำหนดแผนงาน/โครงการสำคัญ (Flagship Program) และประเด็นพัฒนาเชิงบูรณาการที่สำคัญ ในช่วง 5 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัติ จะทำให้ระบบการจัดสรรงบประมาณการบริหารจัดการงบประมาณแผ่นดิน แผนสำหรับบริหารราชการแผ่นดินกฎ ระเบียบวินัยทางการเงินและการคลังภาครัฐ และระบบการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนา ตลอดจนระบบการติดตามประเมินผลการปฏิบัติราชการของหน่วยงานภาครัฐ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

นอกจากนี้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มีแนวทางการพัฒนาจังหวัด ภาค และเมืองที่กำหนดพื้นที่เป้าหมาย สาขาการผลิตและบริการเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติและกำกับให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ จังหวัด ภาค และเมืองเกิดผลสัมฤทธิ์และสอดคล้องกับเป้าหมายรวมของ ประเทศรวมทั้งได้กำหนดแนวทางเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนประเด็นการปฏิรูปประเทศที่สภาปฏิรูปแห่งชาติ และสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปได้เสนอและต้องเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จในช่วง 5 ปีต่อจากนี้

ประเด็นการพัฒนาหลักที่สำคัญในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ประเทศไทยแม้ว่า ได้ดำเนินมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดี มีการขยายการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นระบบ โครงข่ายมากขึ้น และมีการเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา แต่อันดับความสามารถในการแข่งขันของไทย ยังปรับตัวช้าเมื่อเทียบกับหลายประเทศ เนื่องจากคุณภาพคนต่ำ การลงทุนในการวิจัยและพัฒนายังมีน้อย คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ดี และปัญหาการบริหารจัดการภาครัฐและกฎระเบียบต่างๆ ล้าสมัยและขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้ เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลกและภัยพิบัติธรรมชาติ ทำให้ เศรษฐกิจไทยผันผวนได้ง่าย และเศรษฐกิจโดยรวมขยายตัวในอัตราที่ต่ำกว่าศักยภาพมาต่อเนื่องหลายปี

นอกจากนี้ประเทศไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงมากขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ กระแสโลกาภิวัตน์เข้มข้นมากขึ้น เป็นโลกไร้พรมแดน โดยมีการเคลื่อนย้ายคน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงขึ้น ส่งผลให้มีการรวมตัวด้านเศรษฐกิจของกลุ่มต่างๆ ในโลกมีความเข้มข้นขึ้น

ประเทศเศรษฐกิจใหม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น เช่น จีน อินเดีย ละตินอเมริกา และเวียดนาม ซึ่งมีแรงงานราคาถูกและมีมาตรการอื่นๆ ประกอบในการดึงดูดการลงทุน จากต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้การพัฒนากิจการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้สังคมโลกมีความ เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิดมากขึ้น ทำให้เกิดภัยคุกคามและความเสี่ยง อาทิ การก่อการร้าย โรคระบาด อาชญากรรมข้ามชาติ ปัญหาแรงงานต่างด้าว ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น จำนวนประชากรวัยแรงงานลดลง ผู้สูงอายุมีปัญหาสุขภาพและมีแนวโน้มอยู่คนเดียวสูงขึ้น ปัญหา ความยากจนยังกระจุกตัวหนาแน่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ รวมทั้งความแตกต่างของรายได้ ระหว่างกลุ่มคนรวยที่สุดและกลุ่มคนจนที่สุดสูงถึง 34.9 เท่า ในปี 2556 เนื่องจากการกระจายโอกาสการ พัฒนาไม่ทั่วถึง ยิ่งไปกว่านั้นทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม มีปัญหาความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์ ทรัพยากรธรรมชาติระหว่างรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนในกลุ่มต่างๆ เนื่องจากการจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติ มีลักษณะรวมศูนย์ขาดการเชื่อมโยงกับพื้นที่ ในขณะที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นตาม การขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง ประกอบกับสภาพภูมิอากาศมีการเปลี่ยนแปลงผันผวนมากขึ้น ประเทศไทยต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติรุนแรงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยมากกว่า ในอดีต ภายใต้เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศดังกล่าว จะเป็นแรงกดดันให้ประเทศไทยต้องปรับตัวและมีการบริหารความเสี่ยง อย่างชาญฉลาดมากขึ้น ต่อจากนี้ไป ประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่ เพื่อแก้ไขปัญหารากฐานสำคัญที่เป็น จุดอ่อนและข้อจำกัดของประเทศที่สั่งสมมานาน ในขณะเดียวกันดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อใช้ประโยชน์จาก จุดแข็งและจุดเด่นของประเทศ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นที่มีลักษณะการบูรณาการ และใช้ประกอบการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณ เพื่อการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติเกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่าง แท้จริงในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับ ศักยภาพของประเทศ โดยจะมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม ทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ โดยการกำหนดวาระการวิจัยแห่งชาติ (National Research Agenda) ให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง และ สอดคล้องกับสาขาเป้าหมายการพัฒนาประเทศ

และใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบูรณาการวิจัยและพัฒนากับการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และการพัฒนานวัตกรรม

2. การส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยสนับสนุนการวิจัยพัฒนา การดัดแปลงและต่อยอดการพัฒนาเทคโนโลยี ไปสู่ความเป็น อัจฉริยะโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการผสมผสานเทคโนโลยี การพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการทาง เทคโนโลยี (Technopreneur) รวมทั้งการเชื่อมโยง ระหว่างภาคการผลิตที่เป็นกลุ่มใหญ่ของประเทศ ได้แก่ เกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับสถาบันวิจัย และ สถาบันการศึกษา รวมทั้งพัฒนา และยกระดับโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี แบบก้าว กระโดด โดยเฉพาะเร่งสร้างและพัฒนาบุคลากรวิจัยในสาขา STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) และสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเป็นเครือข่ายระหว่าง สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ชุมชน รวมทั้ง การปรับกลไกระบบวิจัยและพัฒนา ของประเทศทั้งระบบ

3. การเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากร ในทุกช่วงวัย มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศ โดยพัฒนาคนให้เหมาะสม ตามช่วงวัย เพื่อให้ เติบโตอย่างมีคุณภาพ การหล่อหลอมให้คนไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ ดีทางสังคม เป็นคนดี มีสุขภาวะที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย และมีจิตสำนึกที่ดี ต่อสังคมส่วนรวม การพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานและทักษะ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ของคนในแต่ละช่วงวัยตาม ความเหมาะสม การเตรียมความพร้อมของกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงโลก ในอนาคต ตลอดจนการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศ การสร้างเสริมให้คน มีสุขภาพดีที่เน้นการ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางสุขภาพและการลดปัจจัยเสี่ยงด้าน สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพ

4. การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำ ให้ความสำคัญกับการจัดบริการ ของรัฐที่มีคุณภาพทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข ให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสและผู้ที่ยากไร้ในพื้นที่ ห่างไกล การจัดสรรที่ดินทำกิน สนับสนุนในเรื่องการสร้างอาชีพ รายได้ และสนับสนุนการเพิ่ม ผลิตภาพ ผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ รวมทั้งกระจายการจัดบริการภาครัฐให้มีความ ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในเชิงปริมาณและ คุณภาพ ตลอดจนสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลัง ร่วมทางสังคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและพร้อมรับ ผลประโยชน์จากการพัฒนา โดยส่งเสริม การประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุน ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน ส่งเสริม

ให้ชุมชนจัดสวัสดิการและบริการในชุมชน และผลักดันกลไกการกระจายที่ดินทำกินและการบริหารจัดการที่ดินของชุมชน โดยมุ่งบรรลุเป้าหมายสำคัญในการยกระดับรายได้ประชากรกลุ่ม ร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด

5. การปรับโครงสร้างการผลิตและการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของห่วงโซ่มูลค่า เน้นสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยพื้นฐาน ทูทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนการเพิ่ม ศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิม และยกระดับห่วงโซ่มูลค่าด้วยการใช้เทคโนโลยีวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้าง สังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทำธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ ชายแดนที่มี ศักยภาพและพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เข้า สู่การเป็นประเทศรายได้สูงในอนาคต

6. การปรับระบบการผลิตการเกษตรให้สอดคล้องกับพันธกรณีในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและศักยภาพของที่ เน้นการสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการเกษตร วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมีส่วนร่วมที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรชีวภาพ (Bio Based) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรมีความปลอดภัย ไม่ส่งผลกระทบต่อ คุณภาพชีวิตของประชาชนและสิ่งแวดล้อมของประเทศ การพัฒนาระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืน และการขยายโอกาสในการเข้าถึงพื้นที่ทำกินของเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มทาง การเกษตรจากกิจการเจ้าของคนเดียว เป็นการประกอบการในลักษณะสหกรณ์ ห้างหุ้นส่วน และบริษัท เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด

7. การเพิ่มศักยภาพฐานการผลิตและบริการเดิมที่มีศักยภาพในปัจจุบันให้ต่อยอด ไปสู่ฐานการผลิตและบริการที่ใช้เทคโนโลยีที่เข้มข้นและมีนวัตกรรมมากขึ้น ควบคู่กับการ วางรากฐานเพื่อสร้างและพัฒนาภาคการผลิตและบริการสำหรับอนาคต ทั้งในด้านการเตรียม ศักยภาพคน และโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนสร้างกลไกและเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจ ในลักษณะคลัสเตอร์ (Cluster)

8. การส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ อาทิ เศรษฐกิจ ดิจิทัล เศรษฐกิจฐานชีวภาพ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม และการพัฒนาวิสาหกิจตั้งใหม่ (Start Up) และวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงการสร้างสังคมผู้ประกอบการเพื่อต่อยอดฐาน การผลิตและบริการ

9. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการ ท่องเที่ยวที่มี ศักยภาพให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต เน้นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิด

ความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ และศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาให้ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจร ทั้งการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

10. การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ขยายฐานเศรษฐกิจให้กว้างขึ้น และต่อยอดห่วงโซ่การผลิตให้เข้มแข็งขึ้น โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต และนำผลการวิจัยและการพัฒนาที่เกี่ยวข้องมาใช้ประโยชน์ในการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่หลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาคือเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ และโทรคมนาคม ในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคภายใต้แผนงานของกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง กรอบความร่วมมือลุ่มแม่น้ำอิรวดี เจ้าพระยา แม่โขง กรอบความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย กรอบความร่วมมือความริเริ่มแห่งอ่าว เบงกอล สำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ กรอบความร่วมมือเพื่อพัฒนาชายแดนไทย-มาเลเซีย และภูมิภาคอาเซียนเพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์

11. การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคม ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น

12. การสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อม เน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ สนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชน เร่งแก้ไขปัญหาวิกฤติสิ่งแวดล้อมเพื่อลดมลพิษที่เกิดจากการผลิตและการบริโภค พัฒนาระบบบริหารจัดการที่โปร่งใสเป็นธรรม ส่งเสริม การผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เร่งเตรียมความพร้อมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ

13. การฟื้นฟูพื้นฐานด้านความมั่นคงที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาทาง เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติของผู้มีความเห็นต่างทางความคิดและอุดมการณ์บนพื้นฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และการเตรียมการรับมือกับอาชญากรรมข้ามชาติ

ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยยะสำคัญต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะ 20 ปีข้างหน้า

14. การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและการสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลในภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมทั้งด้านระบบการบริหารงานและบุคลากร มีการบริหารจัดการภาครัฐที่โปร่งใส มีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นธรรม และประชาชนมีส่วนร่วม มีการกระจายอำนาจและแบ่งภารกิจรับผิดชอบที่เหมาะสมระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น

15. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อขยายขีดความสามารถและพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจหลัก และส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกกลุ่มในสังคม เน้นให้เกิดความเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและใน อาเซียนอย่างเป็นระบบ โดยมีโครงข่ายเชื่อมโยงภายในประเทศที่สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ตามแนวระเบียง เศรษฐกิจต่างๆ รวมทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการและการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการพื้นฐาน และการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้พัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการในสาขาโลจิสติกส์และหน่วยงานที่มีศักยภาพไปทำธุรกิจในต่างประเทศ

16. การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ เร่งดำเนินการในประเด็น ท้าทาย ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิม และขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ที่สร้างรายได้สำหรับประชาชนในแต่ละภาค การพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ การพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกให้รองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคตอย่างมีสมดุล และการบริหารจัดการพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนให้เจริญเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคและเมืองให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

17. การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศให้เข้มข้นและส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอย่างเต็มที่ มุ่งเน้นผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันให้มีความคืบหน้าและชัดเจนใน ระดับปฏิบัติการและในแต่ละจุดพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศ ผลักดันการลดการใช้มาตรการที่ไม่ใช่มาตรการ ทางภาษี ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งส่งเสริมบทบาทที่สร้างสรรค์

ของไทยในกรอบความร่วมมือต่างๆ ในเวทีโลก และสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

18. การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการ ให้สามารถพัฒนาธุรกิจร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม พัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาธุรกิจภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ รวมทั้งสนับสนุนแหล่งเงินทุนและแหล่งข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับฐานการผลิตในต่างประเทศ

19. การปรับปรุงภาคการเงินของไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและให้สามารถแข่งขันได้ เร่งปรับปรุงกฎระเบียบในการกำกับดูแลภาคการเงินเพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันและการให้บริการต่อผู้บริโภคและภาคธุรกิจเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม รวมทั้งการกำกับดูแลที่สามารถป้องกันความเสี่ยงจากความเชื่อมโยงทางการเงินและกระแสการเคลื่อนย้ายของเงินลงทุนที่จะมี รูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปและมีปริมาณธุรกรรมที่มากขึ้น ในขณะเดียวกันสนับสนุนการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาใช้อย่างเข้มข้น พัฒนาเครื่องมือทางการเงินเพื่อระดมทุนมาใช้สนับสนุนการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ ตลอดจนขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างทั่วถึงในต้นทุนที่เหมาะสม

20. การปฏิรูปด้านการคลังและงบประมาณ ประกอบด้วย การขยายฐานภาษี การปรับระบบการจัดทำค่าของงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณ การจัดทำงบประมาณบูรณาการ ทั้งเชิงประเด็นพัฒนาและเชิงพื้นที่ การติดตามและประเมินผลการใช้จ่ายงบประมาณ และกระจายอำนาจ ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียม และลดความซ้ำซ้อนของสิทธิประโยชน์ ด้านสวัสดิการสังคม รวมทั้งสร้างความยั่งยืนทางการคลังของระบบการคุ้มครองทางสังคม ได้แก่ การปรับปรุงระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุ และการปรับปรุงระบบประกันสุขภาพ เพื่อลดภาระการพึ่งพารายได้จาก รัฐบาล

การประเมินสภาพแวดล้อมการพัฒนาประเทศ

สถานการณ์และแนวโน้มภายนอก

1. สถานการณ์และแนวโน้มเศรษฐกิจโลก มีตลาดเกิดใหม่ที่มีบทบาทสูงขึ้น ตลาดการเงินโลกเข้าสู่สถานการณ์ไร้พรมแดน ซึ่งเป็นผลจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่มี ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการพัฒนาเครื่องมือทางการเงินใหม่ๆ รวมทั้งมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ หลากหลายส่งผลต่อการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสที่สำคัญของการพัฒนาประเทศไทย

2. การวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดเป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิตของคนทำให้เกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ๆ ที่ผสมผสานการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หลากหลายสาขา มนุษย์จะสามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด มีการแข่งขันแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีและมีทักษะหลายด้าน ในตลาดแรงงาน ขณะเดียวกันเกิดความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ เช่น ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี เป็นต้น

3. สถานการณ์และแนวโน้มสังคมโลก การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลกส่งผลต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นกลุ่มสำคัญ ที่ทำให้มีการบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น แต่อาจก่อให้เกิดการแย่งชิงประชากรวัยแรงงาน โดยเฉพาะคนที่มีศักยภาพสูง ขณะเดียวกันการไหลของกระแสวัฒนธรรมโลกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและเกิดการสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัย แต่อาจก่อให้เกิดวิกฤตทางวัฒนธรรมเนื่องจาก การขาดการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดี

4. สถานการณ์และแนวโน้มสิ่งแวดล้อมโลกวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 เป็นทิศทางหลักในการพัฒนาของโลกหลัง ค.ศ. 2015 โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 17 เป้าหมายและ 168 เป้าประสงค์ รวมถึงข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความเข้มข้นขึ้น จะมีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศไทยในอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น ส่งผลต่อการผลิตในภาคเกษตรและความมั่นคงด้านอาหารและน้ำ

5. สถานการณ์ความมั่นคงโลก ประเทศมหาอำนาจมีแนวโน้มใช้อำนาจทางทหารและทางเศรษฐกิจเข้าแทรกแซงกิจการภายในของประเทศต่างๆ รวมถึงเกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศ ด้านอาณาเขตแบบรัฐต่อรัฐทั้งด้านอาณาเขตทางบก การอ้างสิทธิทับซ้อนทางทะเล และภูมิรัฐศาสตร์ เพื่อผลประโยชน์และการแย่งชิงทรัพยากร นอกจากนี้ การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ และอาชญากรรมทางไซเบอร์จะทวีความรุนแรง และมีวิธีการที่ซับซ้อนมากขึ้น

สถานการณ์และแนวโน้มภายใน

1. สถานการณ์และแนวโน้มเศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจไทยในช่วงปี พ.ศ. 2504-2558 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.1 สูงเป็นอันดับที่ 22 ของโลก ส่งผลให้รายได้ต่อหัวของประชาชนเพิ่มขึ้น สามารถขยับฐานะการพัฒนาประเทศเป็นประเทศรายได้ปานกลางตอนบนในปี พ.ศ. 2553 โครงสร้างเศรษฐกิจ เปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น ภาคการผลิตมีการสั่งสมองค์ความรู้และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยยังคงมีความหลากหลายของฐานการผลิตที่มีความแข็งแกร่งในระดับโลก อันดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น เศรษฐกิจไทยกลับเข้าสู่เสถียรภาพและอยู่ในเกณฑ์ที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาในระดับใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม ในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยขยายตัวในอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่าศักยภาพของระบบ เศรษฐกิจ การส่งออกของไทยปรับตัวลดลงทั้งในด้านการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม มีสาเหตุจากจุดอ่อนที่สำคัญๆ ทั้งทางด้านปัญหาเชิงโครงสร้าง เงื่อนไขในระบบเศรษฐกิจโลก และปัจจัยทางด้านการดำเนินนโยบายและการบริหารจัดการเศรษฐกิจ

2. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม อยู่ในลำดับต่ำ และการบริหารจัดการงานวิจัยขาดการบูรณาการให้มีเอกภาพตั้งแต่ระดับนโยบาย การสนับสนุนทุนวิจัย และหน่วยวิจัยหลัก ทำให้ทิศทางการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมของประเทศไม่ชัดเจน มีความซ้ำซ้อน และยังมีข้อจำกัดในการตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ เป็นผลให้การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมของประเทศล่าช้า ไม่ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีของโลก ตลอดจนมีการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในระดับต่ำ

3. สถานการณ์และแนวโน้มของสังคมไทย โครงสร้างประชากรไทย เปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 โดยปี พ.ศ. 2557 ประชากรวัยแรงงานจะมีจำนวนสูงสุดและเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง คุณภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยยังมีปัญหา คุณภาพการศึกษา และการเรียนรู้ของคนไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ขณะที่คนไทยมีแนวโน้มเป็นโรคไม่ติดต่อมากขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิต รวมถึงปัญหาด้านสุขภาพในวัยผู้สูงอายุจะส่งผลต่อภาระค่าใช้จ่ายภาครัฐ นอกจากนี้คนไทยส่วนใหญ่ยังมีปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรม และไม่ตระหนักถึงความสำคัญของระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์ และการมีจิตสาธารณะ

4. สถานการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฐานทรัพยากรธรรมชาติลดลงและเสื่อมโทรมเนื่องจากการใช้ประโยชน์เกินกว่าศักยภาพในการฟื้นตัวของระบบนิเวศ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำยังขาดกระบวนการมีส่วนร่วมและการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจก่อนดำเนินการอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกัน การเข้าถึงและการจัดสรรการใช้ประโยชน์ ทรัพยากรธรรมชาติยังไม่เป็นธรรม ก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ความขัดแย้ง และข้อพิพาทในระดับพื้นที่ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน นอกจากนี้ ยังมีปัญหามลพิษที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของ ประชาชน และต้นทุนทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ไม่ยั่งยืน

5. การเจริญเติบโตของภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ กิจกรรมทางเศรษฐกิจกระจุกตัวในกรุงเทพมหานครและภาคกลาง ทำให้เกิดปัญหาช่องว่างการกระจายรายได้ระหว่างภาค รวมถึงกลไกการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดยังไม่สามารถเชื่อมโยงการทำงาน ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ขณะที่ การขยายตัวของเมืองในภาคต่างๆ ของประเทศที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นไม่สามารถรองรับการขยายตัวของเมืองได้อย่างเพียงพอ นอกจากนี้ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจหลักของประเทศมีแนวโน้มการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนและสมดุลของการพัฒนาในพื้นที่

6. ความมั่นคงภายในประเทศ สถาบันหลักของชาติได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งที่มีรากฐานของปัญหาจากความเห็นต่างทางความคิดและความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่สถานการณ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ยังมีการสร้างสถานการณ์โดยมีเป้าหมายให้เกิด ความสูญเสียต่อเจ้าหน้าที่รัฐ นอกจากนี้ยังต้องเผชิญกับมีความเสี่ยงจากปัญหาอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปสู่การโจมตีระบบขององค์กรขนาดใหญ่ที่ส่งผลกระทบในวงกว้างและมีมูลค่า ความเสียหายสูง

7. ความร่วมมือระหว่างประเทศและความเชื่อมโยงเพื่อการพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยกับนานาประเทศมีความใกล้ชิดกันมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มอนุภูมิภาคและภูมิภาคเอเชีย เป็นเงื่อนไขสำคัญของประเทศไทยในการขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า การคมนาคมขนส่ง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และเทคโนโลยี และสารสนเทศ กับกลุ่มประเทศต่างๆ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี

8. การบริหารจัดการภาครัฐยังอ่อนแอ ภาครัฐมีขนาดใหญ่และรายจ่าย ประจำเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการภาครัฐมีประสิทธิภาพต่ำ ขาดระบบการทำงานที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายแบบบูรณาการกับหน่วยงานหรือภาคส่วนอื่นๆ การให้บริการประชาชน

ยังต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานสากล ขณะที่การทุจริตและประพฤติมิชอบได้ขยายไปในวงกว้าง ทั้งในภาครัฐ เอกชน และองค์กรเอกชน นอกจากนี้ กฎหมายหลายฉบับยังไม่ได้มาตรฐานสากล เนื่องจากล้าสมัยและกระบวนการ ตรากฎหมายยังมีจุดอ่อนหลายประการ ตลอดจนกระบวนการยุติธรรมยังขาดประสิทธิภาพและไม่สามารถ อำนวยความยุติธรรม ได้อย่างเสมอภาค

วัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี ครอบครัวอบอุ่น ตลอดจน เป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต
2. เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรม ในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนา ศักยภาพ รวมทั้ง ชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้
3. เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความ เข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ
4. เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้สามารถ สนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน
5. เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันท่วงที และมีการ ทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา
6. เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยการพัฒนาภาคและเมืองเพื่อ รองรับการพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่
7. เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับ อนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ประเทศไทย มีบทบาทนำและสร้างสรรค์ในด้านการค้า การบริการ และการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือ ต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลก

เป้าหมายรวม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้กำหนดเป้าหมายรวม การพัฒนาของ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย

1. คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรม ตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองที่ตื่นรู้ มีความสามารถในการปรับตัวได้ อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีสุขภาพกายและใจ ที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย

2. ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง เศรษฐกิจฐานราก มีความเข้มแข็ง ประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 40 มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 15

3. ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับสู่เศรษฐกิจ ฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ ขนาด กลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการ สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ มีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มี มูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และมีการลงทุนในการผลิตและบริการฐานความรู้ชั้นสูงใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งกระจายฐานการผลิตและการ ให้บริการสู่ภูมิภาคเพื่อลดความ เหลื่อมล้ำ โดยเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี และมี ปัจจัยสนับสนุน อาทิ ระบบโลจิสติกส์ พลังงาน และการลงทุนวิจัยและพัฒนาที่เอื้อต่อการ ขยายตัวของภาคการผลิตและบริการ

4. ทูทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน และน้ำ โดยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศเพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาค พลังงานและขนส่ง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 ภายในปี พ.ศ. 2563 เทียบกับการปล่อยในกรณีปกติ มีปริมาณหรือสัดส่วนของขยะมูลฝอยที่ ได้รับการจัดการอย่างถูกหลักสุขาภิบาลเพิ่มขึ้น และรักษาคุณภาพน้ำและคุณภาพอากาศในพื้นที่วิกฤตให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

5. มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย สังคมปลอดภัย สามัคคี สร้างภาพลักษณ์ดี และเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทย ความขัดแย้งทางอุดมการณ์และความคิด ในสังคมลดลง ปัญหาอาชญากรรมลดลง ปริมาณความสูญเสียจากภัยโจรสลัด และการ ลักลอบขนส่งสินค้าและค้ำมนุษย์ลดลง มีความพร้อมที่ปกป้องประชาชนจากการก่อการร้าย และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเทศไทยมีส่วนร่วมในการกำหนดบรรทัดฐานระหว่างประเทศ

เกิดความเชื่อมโยงการขนส่งโลจิสติกส์ ห่วงโซ่มูลค่า เป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และโลก และอัตราการเติบโตของมูลค่าการลงทุนและการส่งออกของไทยในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และอาเซียนสูงขึ้น

6. มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน บทบาทภาครัฐในการให้บริการซึ่งภาคเอกชนดำเนินการแทนได้ดีกว่าลดลง เพิ่มการใช้ระบบดิจิทัลในการให้บริการ ปัญหาคอร์รัปชันลดลง และการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระมากขึ้น โดยอันดับประสิทธิภาพภาครัฐที่จัดทำโดยสถาบันการจัดการนานาชาติและอันดับความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจในประเทศดีขึ้น การใช้จ่ายภาครัฐและระบบงบประมาณมีประสิทธิภาพสูง ฐานภาษีกว้างขึ้น และดัชนีการรับรู้การทุจริตดีขึ้น รวมถึงมีบุคลากรภาครัฐที่มี ความรู้ความสามารถและปรับตัวได้ทันกับยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น

จากแผนพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 มีเป้าหมายให้คนไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคมเพิ่มขึ้น คนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาให้มากขึ้น

5.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558–2560)

(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นความสำเร็จของการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพ ที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ๆ บุคลากรการท่องเที่ยวยังขาดแคลนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ในขณะที่โอกาสทางการตลาดยังมีอีกมากจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่จะเป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงและสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้อง

ดำเนินการควบคุมและเกื้อหนุนกันไปทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

1. ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจาย รายได้สู่ท้องถิ่น
2. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง
3. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
2. พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการ เชื่อมโยงระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น

ดัชนีชี้วัด

1. รายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560
2. จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันล้านบาท/ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้น
3. อัตราการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวหรือ Low Season เพิ่มขึ้น
4. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย
5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบาง
6. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัย

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ผลการพัฒนาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุล และมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดด จนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมดมาจากสองตลาด คือ ตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยว เพียง 5 จังหวัด

ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของ นักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันที ซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่างๆ ที่ผ่านมา เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิ จังหวัดภูเก็ต เหตุมหาอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น

ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ ของรัฐบาล โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ นั้น จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโต ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจ ให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชน เพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเติบโต อย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่เดียวกัน จะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้นเช่นกัน

ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกกระดับ ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ หลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพ (Quality Leisure Destination)

2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย สนใจเรียนรู้ และสร้างผลกระทบ ต่อประเทศไทยต่ำ ให้การเติบโตของรายได้ เกิดจาก การเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว

3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัด ท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทย

ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็ง ของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ กลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้าง เอกลักษณ์ และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและ เพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่ง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และ มาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

1.1 มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้าง การรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality Leisure Destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถ สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย” เป็น content ในการสื่อสาร สื่อสารภาพลักษณ์ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User Generated Content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยง content จากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-Out IMC) สร้าง Cluster Branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality Leisure Destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality Alliance) เพื่อพ่วงยกระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World Heritage sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวก ของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive Negative Ratio) และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต-บริหารจัดการ

1.2 มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน สร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพใน Value chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่นๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่ โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเอง จัดกลุ่มสินค้าคุณภาพ และสนับสนุนส่งเสริม ให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (2) ประชาชนสร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าของที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality Experience ให้กับนักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทย และสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการ ผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ ดังนี้

2.1 มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายสูง ได้แก่ กลุ่ม Health & Wellness, MICE, Green Tourism (Eco Luxury), Aging, Sport Tourism, Wedding & Honeymoon กลุ่มครอบครัว กลุ่มตลาดมุสลิม ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่ม ที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible Tourists กลุ่ม Green Tourism ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลัก กลุ่มระดับกลาง-บนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย) อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทน หรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low Season นำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) อาทิ Premium OTOP อาหารไทย (Gastronomy Tourism) บุติคริสออร์ท การช้อปปิ้ง (Shopping) รวมทั้งสินค้าเกษตร/วิถีชีวิตสังคมเกษตร ศิลปะวัฒนธรรม (Arts & Cultures)

2.2 มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ขยายฐานตลาดกลุ่มระดับกลาง-บนในพื้นที่ตลาดหลักทดแทนกลุ่มระดับล่าง รวมทั้งขยายฐานกลุ่มความสนใจพิเศษและ กลุ่ม FIT ตามกระแสแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองตาม

ความสนใจของตน โดยเฉพาะตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย กำหนดเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ

2.3 มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ส่งเสริมให้ไทย เป็นศูนย์กลางเดินทางท่องเที่ยวของอาเซียนโดยเน้นการส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยเชื่อมโยงทางอากาศ เจาะกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่ ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา (บราซิล) แอฟริกา (แอฟริกาใต้) ยุโรปตะวันออก (โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก)

3. กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่มเน้นให้คนไทยทุกคนสามารถ เดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และเกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทย ประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไข ข้อจำกัดของมาตรการคืนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่างๆ เช่น แรงงาน ช่างราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดัน ให้นำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของเกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น

4. กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูตุล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้ามพลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ ชะลอการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

4.2 ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูตุลและลาพักร้อนไป

พักผ่อนในวันธรรมดา ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ พยาบาล ทนาย
 นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักร้อนในวันธรรมดาเพื่อ
 เดินทางท่องเที่ยว อาทิ สร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาต ให้พนักงานสามารถ
 ลาพักร้อนไปท่องเที่ยว รวมทั้ง หามาตรการสนับสนุนการลาพักร้อนของข้าราชการ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและ
 ความไม่สงบ ภายในประเทศมาอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญ
 ในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทาง
 ของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้ การรวมกลุ่ม เศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชีย
 ตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบ ทางด้าน
 ภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้
 มีการขยายตัว ของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบิน
 ต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุน ของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลง
 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิด การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ประเทศไทย
 จึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับ
 นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

ความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้า
 และบริการ ท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวน
 นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้า
 และบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน
 ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้ จึงมุ่งเน้นการบูรณาการ การทำงานร่วมกันของ
 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยใน
 ระยะเร่งด่วนนี้ จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการ
 รายสาขาเพื่อพัฒนา สินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับ
 กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ
 ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบ หรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว
 การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทาย ด้านการพัฒนา
 สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
 ที่มา ท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ
 ท่องเที่ยว จึงได้กำหนด กลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วน ออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้ามพลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ดังนี้

1.1 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการ การยกระดับ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุน อุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

1.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพ ชื่นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการ ชุมชน OTOP

ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน
สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

1.3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัด
ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเล
สีน้ันตะวันออกระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชา และเวียดนาม ผ่าน
มาตรการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริม
การท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมี แนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้
เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้
มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์
ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

1.4 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา
ตรังและสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก
บนฐานวัฒนธรรม อันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ
High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการ
เป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มี มาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบ
การบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทางทะเล ส่งเสริม
การสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้า
ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้า
และบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

1.5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัด
นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนา
ไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิต อีสานได้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม
ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่า
และคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนา โครงสร้างพื้นฐานเส้นทาง
ท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนา
และสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรค
สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร
ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้า
จากต่างประเทศ

1.6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ ความสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวของ 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อเป็นพื้นที่นำร่อง อย่างไรก็ตาม ยังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนาในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญา ท้องถิ่น และพัฒนาส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตลอดจนพัฒนาคุณภาพ สถานประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาคบริการให้ได้ มาตรฐาน (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตาม ลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากล และสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำรวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มุ่งเน้นการพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชกาลาย-กำแพงเพชร และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศตลอดจนเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

1.7 พื้นที่ 12 เมืองต้องห้ามพลาด มีมาตรการสำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตรัง ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่า สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรอง ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

1.8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตรัง สงขลา เชียงราย หนองคาย และสตูล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญคือ การส่งเสริม

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละ Cluster และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการค้าการลงทุน การบริการ และระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองชายแดน และกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) อินโดนีเซีย มาเลเซีย (IMT-GT) และจีน ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2. กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนา สินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วย และสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตรฐานสากล (ISO) : มาตรฐาน การบริการสปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้น ทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สร้างและผลักดันมาตรการจูงใจ และสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดง นิทรรศการในประเทศ ในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของไมซ์ซิตี้ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกกระตือรือร้นรูปแบบมาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้านำระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่างๆ (Clone)

2.4 การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง มั่งคั่ง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ประชาชน และเอกชน ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มี ศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport Tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ Cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้ มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport Tourism Destination แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport Tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

2.6 การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย

ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยังประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ รวมถึงการบริการด้านต่างๆ มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์ความพร้อมในการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจน สนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht Show ปรับปรุงและทบทวน กฎระเบียบว่าด้วยเรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการ พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.7 การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ โดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการ อิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจ ภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการ อิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของ กลยุทธ์นี้ คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับ นักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

3.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการขอวีซ่า และการอำนวยความสะดวก ในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออก ชายแดน และสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มี ความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

3.2 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตยกรรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

3.3 พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้าง ประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้น การใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่า เรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและ ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

3.4 ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นล่ามแปลสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทางโรงแรมที่พัก เป็นต้น ด้วยจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยเหลือประสานงาน แก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็วทันที่

4. กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

4.1 ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ปัญหามัดคุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักชวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่างๆ กรณีการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์ โดยการกดขี่ จับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวง ขาดเกินราคา หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม และการออกตรวจปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัดคุเทศก์ พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ธุรกิจนำเที่ยว มัดคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องปรามไม่ให้กระทำความผิดกฎหมาย เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล ประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น สำรวจ และปรับสภาพจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่างๆ

4.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัดคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัดคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัดคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้าง

เครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยว เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

4.3 พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call Center 1155) ให้เป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ โดยให้สามารถช่วยเหลือและตอบสนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม สะดวกรวดเร็วตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายศูนย์แก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตประจำภูมิภาค และแหล่งท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการต่างๆ

4.4 จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้วเกิดความรู้สึกสูญเสียหรือเสียหายใดๆ โดยมีได้เกิดจากความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

4.5 จัดตั้งศาลแพ่งคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่างๆ เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีข้อจำกัด ด้านระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศไทย

4.6 สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

4.7 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐานการกู้ภัย และสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

5. กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

5.1 พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ

โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน

5.2 พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ให้มีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility)

5.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทาง โดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋ว ออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งที่ผ่านมา การพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกๆ ระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญ ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่าย โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้ว ประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการ การทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อน งานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนา ประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุน การดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญ ดังนี้

1.1 เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ การปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับภารกิจส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อขับเคลื่อน การพัฒนาการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือ ประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรร งบประมาณเชิงบูรณาการ ด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และแผนปฏิบัติการ พัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

1.2 บูรณาการการทำงานร่วมกับกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบาย จนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับ นโยบาย และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่ เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการ บริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบ บูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็น อาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผน และการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของ หน่วยงาน งบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุน เพื่อช่วยเหลือเหยี่ยวยานักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้าน การท่องเที่ยวภาครัฐมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและ

จรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา เตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติการให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ความรู้อื่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยพัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนใน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักบริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐและท้องถิ่นให้มีสมรรถนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและสารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ 3) กลุ่มผู้ให้บริการแรงงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานและมีจรรยาบรรณ 4) กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) กลุ่มประชาชนชนโดยทั่วไป ทั้ง 2 กลุ่ม ดังกล่าวต้องเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาทักษะในการผลิตและจำหน่ายสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2.2 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการ ซึ่งจะต้องมีความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแผนงาน/โครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาและเคลื่อนย้ายแรงงานบุคลากรการท่องเที่ยว ทั้งระบบแผนงานจัดตั้งองค์กรหลักในการดูแลการเคลื่อนย้ายแรงงานตามข้อตกลงร่วมอาเซียน (MRA)

3. กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการ และขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบ การบริหารจัดการและใช้

ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทย เพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงและนำเข้าสู่ข้อมูล พัฒนาเป็นคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Tourism Intelligence Center (TIC)) จัดตั้งศูนย์ TIC และห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ หรือการแก้ไขกฎกระทรวง และพัฒนาระบบ Project Management Office จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศูนย์ TIC และพัฒนาโครงสร้างศูนย์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการ TIC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากร สำหรับการบริหาร และใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหาบุคลากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของศูนย์ TIC อาทิ นักวิเคราะห์ นักวิจัย นักจัดการข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาทักษะให้ตอบรับกับความต้องการ

3.2 พัฒนาค้นคลังข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ บริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผน/กำหนดนโยบาย และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยรวบรวมฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีการจัดเก็บในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ รวมทั้งพัฒนาและวางฐานข้อมูลบน G-cloud ฐานข้อมูล Demand, Supply, KPI และงานวิจัยเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลให้ได้มาตรฐานที่ตรงกันและสามารถใช้ประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สืบค้น/จัดเก็บข้อมูลและศึกษาวิจัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและงานวิจัยที่สามารถตอบสนองของความต้องการได้ครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องและทันสมัย เป็นไปตามความต้องการ

3.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจ เชิงนโยบาย วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว และบริหารจัดการระบบท่องเที่ยว ด้วยการ (1) พัฒนา Model และ software อาทิ TSA, Thailand Gateway, TCI (2) พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูล/รายงาน เช่น GIS Application ฯลฯ (3) พัฒนาระบบ ICT อาทิ ระบบ Tourism Supply Chain Management, Smart Destination, Clever FIT และ Quick Thainess ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ประชาชนโดยทั่วไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้บริการข้อมูลแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง Real time อาทิ ระบบ

สารสนเทศเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว Online และพัฒนาระบบ Thai Event ระบบ KM

4. กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบัน มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัย ไม่ทันต่อสถานการณ์ จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงาน รับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง จึงควรมีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการทบทวนและแก้ไขกฎหมาย และกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว ผลักดันให้มีการออกกฎหมายใหม่หรือกฎหมายลูกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยว ธุรกิจรถยนต์เช่าและธุรกิจการจัดประชุมและการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

4.2 การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการปรับปรุงกลไกการควบคุมการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสีย รถทัวร์ รถแท็กซี่ เป็นต้น หารวิธีการ/มาตรการจูงใจให้มีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การแต่งตั้งคณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการใช้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และส่งเสริมและกำกับติดตามการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น พระราชบัญญัติตรวจคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติ อุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติ รถยนต์ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำ

ไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2538 เป็นต้น

แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทยฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564

มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศจาก Value-for-Money ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการเสริมสร้างผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยมีวิสัยทัศน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็น ผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับหนึ่งอย่างยั่งยืน ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว หรือรายจ่ายของนักท่องเที่ยวจากการขยายตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ผ่านการบริหารความสัมพันธ์เครือข่าย และการส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กร ที่สมรรถนะสูง โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและเพิ่มผลผลิตของบุคลากร

โดยในยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวหรือรายจ่ายของนักท่องเที่ยวจากการขยายตลาด มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564) ในประเด็นของการขยายฤดูกาลทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวช่วงหน้าฝน (Green-Season) รวมถึงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในวันธรรมดาก่อนนักท่องเที่ยวชาวไทย และการเพิ่มค่าใช้จ่ายและขยายตลาดของนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก โดยเน้นที่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (Quality-Leisure) และนักท่องเที่ยวกลุ่มระดับบน (High-Value) รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย และในยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ผ่านการบริหารความสัมพันธ์เครือข่ายและการส่งเสริม พื้นที่ท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศของแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564) ในประเด็นของการสร้างความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยแผนยุทธศาสตร์ของ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีบริบทที่เกี่ยวข้องกับกรมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวหรือ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวจากการขยายตลาด โดยกรมการท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับการขยายตลาดทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น และยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ผ่านการบริหารความสัมพันธ์เครือข่ายและการส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นหนึ่งในเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ต้องมีการทำงานร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน (แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย ฉบับที่ 2, 2562)

5.4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566–2570)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) หรือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 เป็นแผนที่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในทุกๆระดับตั้งแต่ระดับชาติ ระดับพื้นที่ และท้องถิ่น ทั้งนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 เป็นกรอบการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยภายหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งจะมีทั้งมิติการพัฒนา และการแก้ไข พื้นฟูภาคการท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้อง (Next Normal) โดยแผนมีระยะเวลา 5 ปี วิสัยทัศน์ตามแผนคือ "การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม" (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 มีเป้าหมายหลัก คือ 1) การท่องเที่ยวไทยต้องมีความเข้มแข็งและสมดุล 2) ยกกระดับการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นและมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณค่าสูง และ 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป้าหมายรอง คือ การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงทุกกลุ่ม ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว มีความพร้อมในการรับมือและจัดการความเสี่ยงทุกรูปแบบเสมอ โดยมีตัวชี้วัดสำคัญในระยะ 5 ปี เช่น สัดส่วนจีดีพีด้านการท่องเที่ยวต่อจีดีพีประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 จำนวนธุรกิจบริการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย และอาเซียนเพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า 3,000 ราย ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ต่ำกว่า 10 วัน และค่าใช้จ่ายโดยเฉพาเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ต่ำกว่า 3 วัน และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7 ต่อปี

สัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มเดินทางซ้ำ (Revisit) เป็น 40:60 และอันดับการดำเนินงานภาพรวมตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) อยู่ใน 35 อันดับแรก

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 จะดำเนินการผ่าน 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ตัวอย่างการดำเนินกลยุทธ์ เช่น กระจายรายได้และความเจริญทางการท่องเที่ยวทั่วถึงทุกพื้นที่ ลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นสร้างความสมดุลทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว มีตัวชี้วัดสำคัญคือ อัตราการเติบโตของรายได้ของการท่องเที่ยว 12 สาขา เท่ากับร้อยละ 4.5 ในปี พ.ศ. 2570 จำนวนผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับการยกระดับมูลค่าของสินค้า/บริการ 12,500 ราย ในปี พ.ศ. 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น พัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและสารสนเทศ สนับสนุนการใช้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดนโยบายระดับประเทศและการวางแผนของผู้ประกอบการ มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต่อโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว 7 ด้านเพิ่มขึ้นทุกปี ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลศูนย์กลางข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ในปี พ.ศ. 2570 อัตราการเกิดอุบัติเหตุและอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและสร้างสรรค์ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.05 คะแนนต่อปี อัตราการเติบโตของรายได้และรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในไทยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ในแต่ละปี อันดับ Global Wellness Travel อยู่ในอันดับ 1 ใน 5 ภายในปี พ.ศ. 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น ส่งเสริมความสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ส่งเสริมการอนุรักษ์ ต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรม และเอกลักษณ์

ความเป็นไทยด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการนักท่องเที่ยว มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการสร้างขยะลดลงร้อยละ 2 ต่อปี จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล (GSTC) เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าการลงทุนและสัดส่วนสะสมทุนถาวรเพื่อการท่องเที่ยวในมิติวัฒนธรรมต่อมูลค่าการสะสมทุนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 ต่อปีในปี พ.ศ. 2570

สำหรับการขับเคลื่อนแผนนั้น จะมีการขับเคลื่อนผ่าน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับชาติผ่านคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ระดับพื้นที่ผ่านคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และระดับท้องถิ่น ผ่าน กลุ่ม/องค์กร หรือเครือข่ายองค์กร เช่น วิสาหกิจชุมชน

5.5 แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556-2575)

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี เป็นแผนพัฒนาที่สำคัญที่เปิดโอกาสให้ชาวกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดอนาคตเมืองกรุงเทพมหานครร่วมกัน โดยนำวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ พ.ศ. 2575 ใน 6 มิติ มาพัฒนา ให้มีความชัดเจน เป็นรูปธรรมมากขึ้น ในการนี้ปัจจุบัน แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556-2575) อยู่ระหว่างการดำเนินการในระยะที่ 2 โดยการจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี จะถูกนำมาพัฒนาเป็นแผนยุทธศาสตร์กรุงเทพมหานครต่อไปโดยเฉพะการพัฒนาให้กรุงเทพมหานครเป็น “มหานครแห่งเอเชีย” กรุงเทพฯ จะเป็นเมืองหลวงของเอเชีย เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมในภูมิภาคอาเซียน และในทวีปเอเชีย คนทั่วโลก เมื่อนึกถึงทวีปเอเชียจะต้องนึกถึงเมือง กรุงเทพฯ ของเรา ในฐานะเป็นเมืองชั้นนำในด้านเศรษฐกิจ ภาคบริการ ความปลอดภัย ความสวยงาม สะดวกสบาย น่าอยู่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันเมืองกรุงเทพมหานครยังคงมีเอกลักษณ์เฉพาะในด้านความเรียบง่าย มีเสน่ห์และมีชีวิตชีวา

วิสัยทัศน์กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2575 ที่เรียกว่า “มหานครแห่งเอเชีย” นั้นประกอบด้วยประเด็นวิสัยทัศน์ 6 ด้าน หรือ 7 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการเป็นมหานครแห่งความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยด้านมลพิษ ปลอดภัยอาชญากรรม ยาเสพติด กรุงเทพมหานครจะมีความปลอดภัย จากอาชญากรรม อยู่ใน 5 อันดับแรก ของเมืองหลวงของเอเชีย พลเมืองกรุงเทพมหานครจะมีความปลอดภัยทางถนนอยู่ใน 5 อันดับแรกของเมืองหลวงของเอเชีย พลเมืองกรุงเทพฯ จะมี

อาหารปลอดภัยสำหรับการบริโภค และจะปลอดภัยจากโรคคนเมือง ได้แก่ โรคอ้วน เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และโรคหลอดเลือดสมอง ปัญหาสุขภาพจิต (ฆ่าตัวตาย, เครียด/ ซึมเศร้า) โรคติดต่อ (ไข้เลือดออก, วัณโรค, เอชไอวี, พิษสุนัขบ้า) โรคทางเดินหายใจ (ไข้หวัดใหญ่) โรคมะเร็งและโรคในผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 มหานครสีเขียว สะดวกสบาย ย้ายสายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ ลงท่อร้อยสายใต้ดิน มีพื้นที่สาธารณะพื้นที่สีเขียวกระจายอยู่ทุกที่ ระบบขนส่งมวลชนทั่วถึง สะดวก ประหยัด จราจรคล่องตัว และมีทางเลือก

ยุทธศาสตร์ที่ 3 มหานครสำหรับทุกคน คือการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และสวัสดิการผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส เป็นเมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ และแรงงานนอกระบบ จะต้องได้รับค่าจ้างขั้นต่ำ และมีแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อการประกอบอาชีพ มีสถานศึกษา ครอบคลุมทุกระดับชั้น และมีการใช้หลักสูตรท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร การเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม คือการที่ให้พลเมือง กรุงเทพมหานครสามารถสืบทอดวัฒนธรรม และเรียนรู้วิถีชีวิต ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง เคารพในความหลากหลาย ทางวัฒนธรรมของกลุ่มต่างๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 มหานครกระทัดรัด กรุงเทพมหานครต้องเติบโตอย่างมีระเบียบ มีการใช้ประโยชน์ที่ดิน และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีศูนย์ชุมชนย่อย เป็นระบบ ตามลำดับความสำคัญ และศักยภาพพื้นที่ เป็นโครงข่ายเชื่อมโยงกันอย่างมีระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 มหานครประชาธิปไตย โดยตั้งเป้าให้กรุงเทพมหานคร มีองค์การบริหารจัดการ ระบบสาธารณูปโภค มหานคร เป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นแบบพิเศษ เป็นเมืองธรรมภิบาล คือมีสภาประชาชนกรุงเทพมหานคร สภาประชาชนระดับเขต เพื่อตรวจสอบการทำงาน ของกรุงเทพมหานครใช้ระบบงบประมาณแบบมีส่วนร่วม รวมถึงการกระจายอำนาจสู่ประชาชน เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองสีขาว ชำรุดการมีความซื่อสัตย์สุจริต

ยุทธศาสตร์ที่ 6 มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การลงทุน เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม และศูนย์การประชุม อยู่ในห้างดับแรกของเมืองหลวง เอเชีย โดยการเปลี่ยนผ่าน จากการเป็นอุตสาหกรรมดั้งเดิม เฟื่องฟูแรงงานราคาถูก ไปสู่มหานครที่มีฐานเศรษฐกิจ ภาคบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูงขึ้น กรุงเทพมหานคร จะก้าวขึ้นอยู่อันดับ 1 ใน 20 ของตลาดทุนโลก เพื่อรองรับธุรกิจด้านตลาดเงิน ตลาดทุน อย่างเพียงพอและได้มาตรฐานโลก พร้อมกันนี้กรุงเทพมหานครได้ตั้งเป้าเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวระดับโลก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก มาสู่กรุงเทพมหานครและไปสู่จังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

การให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางธุรกิจ ตามฐานนวัตกรรมและวัฒนธรรม โดยอิงมรดกทางวัฒนธรรมไทย นวัตกรรมด้านศิลปะการแสดง และนวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์ การให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการ แล้วศูนย์รวมการจัดตั้งสำนักงานของภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 7 ด้านการจัดการ โดยปรับปรุงกฎหมายการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร และปรับโครงสร้างการบริหารระบบ 2 ชั้น เพื่อแก้ปัญหาการเจริญเติบโตของมหานคร การบริหารแผนและประเมินผล การปฏิบัติราชการ การบริหารทรัพยากรบุคคล และการจัดระบบบริหารทางการคลังและงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ การจัดระบบสารสนเทศเพื่อให้บริการที่ทันสมัยและถูกต้องแก่ประชาชน รวมถึงเพิ่มความสะดวกในการติดต่อแก่ประชาชน ลดขั้นตอนในการติดต่อและประสานงาน

5.6 แผนการตลาดการท่องเที่ยว พ.ศ. 2560 และ Marketing 4.0

ในปัจจุบันมีนโยบายเรื่องประเทศไทยยุค 4.0 ที่มีการพัฒนามาจาก ประเทศไทยยุค 1.0 (Mass Marketing) ที่เป็นยุคสังคมนิยม การตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเป็นการตลาดยุคที่เน้นผลิตภัณฑ์ สินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจะผลิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในตลาดจะมีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริม ส่วนประสมการตลาด (4Ps) ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ (Products), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Kotler, 2000) ในการวางแผนวิเคราะห์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวสินค้าได้ง่ายขึ้นประเทศไทยยุค 2.0 (Brand Experience Marketing) เป็นยุคอุตสาหกรรมเบามีการค้าขายในเชิงพาณิชย์ที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก ใช้แรงงานคนเพื่อผลิต การตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเน้นการทำการตลาดแบบแบ่งกลุ่ม เป้าหมายเพื่อหาลักษณะเด่น และทำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดในการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าด้านการท่องเที่ยว (Brand Royalty) ส่วนประเทศไทยยุค 3.0 (Digital Marketing & Social Marketing) จะมุ่งอุตสาหกรรมหนักที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเป็นยุคที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราสินค้า (brand) และการตลาดยุคนี้จะเน้นเรื่องการทำ (Corporate Social Responsibility: CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และในยุคประเทศไทย 4.0 (Integration) มีการเน้นในเรื่องเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เป็นหลักดังนั้นการตลาด ท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะการตลาดสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เชื่อมโยงการตลาดออนไลน์ (Online), การตลาด

ออฟไลน์ (Offline) และการบริหารช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Omni Channel) การทำการตลาดในยุคนี้จะทำให้ลูกค้าและผู้ให้บริการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและเชื่อมโยงในการจัดการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Customer Relationship Management) หรือ CRM (Kotler, 2017)

นโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อการการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลได้มีการปรับตัวตามนโยบายระดับประเทศเป็นนโยบายเชิงรุกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีความสำคัญใน 3 ประเด็นหลักคือ

1. ด้านดิจิทัล เตรียมความพร้อมรับประเทศไทย 4.0
2. การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เขาไปใช้ด้านการท่องเที่ยว
3. พัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

เช่น อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

ในปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจจะมีการปรับตัวเกิดเป็นรูปแบบโครงสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เกิดเป็นธุรกิจด้านการท่องเที่ยว การแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ขึ้น (ยุวดี นิรัตน์ ตระกูล, 2560) ตัวอย่างเช่น การจองที่พักอาจจะมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีลักษณะการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันเกิดเป็น ธุรกิจกลุ่มใหม่ เกิดเป็นธุรกิจด้านการท่องเที่ยว การแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันเป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ขึ้น (ยุวดี นิรัตน์ ตระกูล, 2560) ตัวอย่างเช่น การจองที่พักอาจจะมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีลักษณะการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันเกิดเป็น ธุรกิจกลุ่มใหม่ เช่น อนุเบอร์ (Uber) และแกร็บแท็กซี่ (Grab Taxi) เป็นธุรกิจการแบ่งระบบรถรับส่งผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว ที่พักแบบแบ่งปันที่พัก (Airbnb) ธุรกิจด้านที่พักอาศัย โดยเป็นการแบ่งห้องพักจากเจ้าของบ้าน ถือว่าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

นอกจากนั้น ในการประกอบธุรกิจด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันก็จะมีการปรับตัวจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise หรือ SME) เข้าสู่การนำแนวคิดด้านความคิด สร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคโนโลยีและโครงสร้าง Sharing Economy จะผลักดันทำให้เกิดเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ด้าน Tech Startup จะประกอบธุรกิจนำเที่ยวบริษัทนำเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งกลุ่ม Startup จะต่างจากกลุ่ม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SME คือไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ลงทุนเองอาจจะเป็นผู้คิดนำเสนอด้านนวัตกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์แล้วไปเสนอผู้ประกอบการ เพื่อหาพันธมิตรร่วมสนับสนุน (Venture Partner) จะเป็นการเปิดกว้างในวงการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนก็สามารถเข้ามาสนับสนุนในกลุ่มของ Startup ได้

ลักษณะของกลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสตาร์ทอัพ (Startup Tourism Business)

ลักษณะของกลุ่มในการทำ Startup ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะเกี่ยวข้องกับพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (วุฒิชัย ฤกษ์ประกรกิจ, 2559) ดังต่อไปนี้

1. ด้านการคมนาคม เดินทาง ขนส่ง การเคลื่อนที่ และสัมภาระจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง
2. ด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency) ผู้ให้บริการซื้อขายจุดเดียว (One Stop Shopping) จัดการท่องเที่ยวได้ครบวงจรตลอดการนำเที่ยวและเป็นลักษณะตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Tour Agency) หรือตัวย่อ OTA
3. ด้านที่พักอาศัย เช่น โรงแรม (Hotel), เกสต์เฮาส์ (Guesthouse), โฮสเทล (Hostel), เบดแอนด์เบรคฟาสต์ (Bed & Breakfast), เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ (Service Apartment) เป็นต้น
4. ด้านผู้นำทัวร์ นำทาง และให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น
5. ด้านบริการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ อาหาร เครื่องดื่ม ข้าวของเครื่องใช้ การดูแลความปลอดภัย เป็นต้น

ในการทำการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคนวัตกรรมและเทคโนโลยี 4.0 จะต้องมีการคำนึงถึง สิ่งที่สำคัญ (Seok, I., Google Inc, 2560) ดังนี้

1. อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Think) หรือ ตัวย่อ IOT เป็นเครือข่ายของวัตถุอุปกรณ์ พาหนะ สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งของต่างๆ ที่มีวงจรถืออิเล็กทรอนิกส์ ระบบซอฟต์แวร์ และการเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายซึ่งทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล เก็บบันทึกในระบบออนไลน์ (Committed to connecting the world, 2017)
2. ข้อมูลออนไลน์จำนวนมาก (Big Data) เป็นข้อมูลทุกอย่างที่เรามีอยู่ในบริษัท ทั้งข้อมูลที่มีแหล่งที่มาภายในบริษัทและข้อมูลที่มีแหล่งที่มาภายนอกอย่างสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งทั้งหมดเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ ที่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้หลากหลายวิธี ขึ้นอยู่ว่าต้องการนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ด้านใด ปัจจุบันนิยมวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์จำนวนมาก (Big Data Analysis) เพื่อใช้ในการสำหรับการคาดการณ์ในอนาคตและดูแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้ (Big Data Experience Center, 2016)

ในการนำไปสู่การทำการตลาดท่องเที่ยวออนไลน์จะต้องทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด 7Ps คือ สินค้าและบริการ (Product), ราคา (Price), ช่องทางในการจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence), บุคคลากร (People) และขั้นตอนหรือวิธีการ กระบวนการในการจัดการ (Process) (ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ฌอชญา, 2555) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยว 4.0 คือการเปิด ช่องทาง (Place) ให้ลูกค้าทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งประเภทในการทำธุรกิจออนไลน์จะมีการแบ่งช่องทางในการเข้าถึงด้านตลาดท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 Pure DOT COM Business เป็นการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในระบบออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่มีร้านค้าอยู่จริง ดังนั้นการทำธุรกิจประเภทนี้จึงต้องมีการทำเว็บไซต์ (web site) และเว็บเพจ (web page) ให้น่าสนใจ

ประเภทที่ 2 Click and Mortar Business หรือ Bricks and clicks Business Strategy เป็นการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดโดยทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีจะเป็นธุรกิจที่มีร้านค้าอยู่จริง แล้วเปิดเว็บไซต์ (Web Site) และเว็บเพจ (Web Page) ขึ้นภายหลังใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า

จากที่กล่าวไปข้างต้นเห็นลักษณะรูปแบบการทำการตลาดออนไลน์ที่ค่อนข้างหลากหลายขึ้นกับผู้ประกอบการเลือกใช้วิธีใด และจากข้อมูลรูปที่แสดงสถานะในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปี 2560 เห็นได้ว่าส่วนใหญ่พฤติกรรมผู้บริโภคใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มเอเชียค่อนข้างสูงที่สุด รองมาเป็นกลุ่มยุโรปและกลุ่มละตินอเมริกา แสดงให้เห็นว่าในเอเชียมีโอกาสและศักยภาพในการพัฒนาด้านการตลาดออนไลน์หรือตลาดดิจิทัลเป็นอย่างมาก กลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์จะใช้ผ่านระบบมือถือ (Smartphone) เป็นหลักในการติดต่อสื่อสารและหาข้อมูลในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น ไลน์ (Line), วีแชท (Wechat), เฟสบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), ทริปแอดไวเซอร์ (Tripadvisor), สกายสแกนเนอร์ (Skyscanner) เป็นต้น และกลุ่มตลาดต่างประเทศ ที่ได้รับความนิยมและสร้างรายได้มากที่สุดในปีพ.ศ. 2559 และปี พ.ศ. 2560 คือประเทศจีน ซึ่งปี พ.ศ. 2560 สร้างรายได้ให้ประเทศไทย 161,927.29 ล้านบาท และปีพ.ศ. 2559 สร้างรายได้ 171,285.77 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ในการทำการตลาดกับประเทศจีนนั้นต้องมีการศึกษาสื่อที่ใช้ออนไลน์ที่เฉพาะ เช่น ระบบการใช้งานสื่อสารโดยไลน์ (Line) และเฟสบุ๊ก (Facebook) ประเทศจีนจะไม่สามารถเข้าถึงได้ สามารถทำการตลาดออนไลน์ผ่านเว่ยป๋อ (Weibo) หรือ อลิบาบา (Alibaba) ดังนั้น ต้องมีการเลือกใช้ประเภทเทคนิคในการ

ทำการตลาดออนไลน์ให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายและประเทศที่เข้าไปด้วย ในที่รวมถึงการทำธุรกิจทางการเงินควรมีการวางแผนให้รัดกุมในการรองรับกลุ่มตลาดออนไลน์ ดังเช่น นักท่องเที่ยวจีนมีระบบการทำธุรกรรม การเงินที่เฉพาะ ต้องมีการเปิดระบบ อลิเพย์ (Alipay), วีแชทเพย์ (Wechat Pay) เป็นต้น และประเทศไทย ภาครัฐได้มีการสนับสนุน ให้มีการเปิดเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เพย์พาล (Paypal) เพื่อรองรับระบบ การจ่ายเงินออนไลน์ได้สะดวกเพื่อรองรับธุรกิจออนไลน์ และสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์ ในการเป็นช่องทางที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Market Place) ในรูปแบบการ ทำการตลาดแบบผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ (Business to Business) หรือตัวย่อ B2B และผู้ประกอบการกับลูกค้า (Business to Consumer) หรือตัวย่อ B2C (กรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2560)

ในการทำตลาดออนไลน์ หรือ Digital Marketing นั้น Kotler (2017) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการทำการตลาดยุคใหม่ 4.0 ในหนังสือ Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital ในการทำการตลาดต้องให้นักท่องเที่ยวรู้สึก 5 ประเด็น Customer Path (5A) จึงจะถือว่าประสบความสำเร็จในการทำ ตลาดออนไลน์ ดังนี้

1. ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้ให้ลูกค้าเห็นตระหนักรู้ (Aware)
2. ลูกค้าสนใจได้มากขึ้นจดจำ (Appeal)
3. ลูกค้าสามารถสอบถามหาข้อมูลได้ (Ask)
4. ลูกค้าต้องมีการตัดสินใจซื้อ (Act)
5. ลูกค้าต้องมีการบอกต่อในโลกออนไลน์ (Advocate)

การทำตลาดออนไลน์ ในปัจจุบันนั้นต้องให้ความสำคัญใน 5 ประเด็นข้างต้น ผู้ประกอบการต้องมีกลยุทธ์ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าได้ เช่น ลูกค้าสามารถ จดจำตราสินค้าของโรงแรม สายการบินได้ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจมากขึ้น นอกจากนั้น ต้องมีการวางระบบสามารถให้ลูกค้าสอบถามหาข้อมูลเพิ่มเติมในระบบข้อมูลออนไลน์ที่มี ลักษณะข้อมูลออนไลน์จำนวนมาก (Big Data) และมีการเชื่อมโยงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ พึงพอใจ (Customer Relationship Management) เพื่อมาเปรียบเทียบและได้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ ก่อนตัดสินใจซื้อ และเมื่อตัดสินใจซื้อแล้ว เมื่อลูกค้ารู้สึกภูมิใจก็จะมีการบอกต่อหรือแบ่งปัน ข้อมูลในระบบ ออนไลน์ ถือว่าเป็นข้อดีในกลยุทธ์ทำการตลาดยุคใหม่ นอกจากนั้น คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ. (2558) ยังได้เสนอแนวคิดกลยุทธ์การ ทำการตลาดยุคใหม่ที่ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยว ประเทศไทย คือกลยุทธ์ การตลาดต้องแสดงให้เห็นถึงการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Co- Creation) โดยเปิดโอกาสให้

นักท่องเที่ยวนี้อาจมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ โดยอาศัยการสนทนาและการปฏิสัมพันธ์ในระบบออนไลน์ หรือเป็นการสร้างความสำคัญร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการ

5.7 แผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีลักษณะเป็นแผนการปฏิบัติการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติในระยะ 5 ปีแรก ซึ่งมุ่งประเด็นการพัฒนาไปที่การเตรียมความพร้อมของคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ให้สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่ง และยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกัน การทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้นำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มาเป็นฐานรากในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยมุ่งตอบสนององวัตถุประสงค์ และเป้าหมายพัฒนาที่กำหนดภายในระยะเวลา 5 ปีแรก ของการเริ่มนำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เข้าสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพ ทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกัน การทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย และยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย ฉบับที่ 2, 2562)

5.8 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และเศรษฐกิจดิจิทัล

ในยุคที่เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมไทยดิจิทัลดิสรักชั่น ส่งผลอย่างไร หรือจะต้องเข้าใจและมองเห็นเรื่องนี้ในมุมไหน เพื่อเตรียมความพร้อม และไม่ใช้ความพร้อมเพียงเพื่อจะอยู่รอด แต่ต้องเป็นความพร้อมเพื่อที่จะสร้างโอกาสบนเส้นทางสายอุตสาหกรรม

นายเกรียงไกร เชียรบุญกุล รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงวิธิดิสรักชั่นตัวเองเพื่อความอยู่รอดในภาคอุตสาหกรรมเอาไว้ที่น่าสนใจในโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ยุคอุตสาหกรรม 4.0” รุ่นที่ 1 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ว่า “ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมไทยมีความแข็งแกร่ง เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตหลักในอุตสาหกรรมหลายๆ ประเภท แต่หากมองยาวไกลไปในอนาคตอุตสาหกรรมไทยอาจตกอยู่ในความเสี่ยง เสี่ยงต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ เสี่ยงต่อนวัตกรรม และเสี่ยงต่อพฤติกรรมมนุษย์ในยุคดิจิทัล ดังนั้น เราจะต้องรู้เท่าทัน และพร้อมที่จะดิสรักชั่นตัวเองสู่สิ่งที่ดีกว่า เพราะอุตสาหกรรมไทยเป็นภาคส่วนซึ่งมีความพร้อมที่สุด”

Digital Disruption คือ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่สร้างตลาดและมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง เกิดดิสรักชั่นต่อตลาดของผลิตภัณฑ์เดิม รวมทั้งอาจจะทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิมๆ ล้มหายตายจากไป ซึ่งต่างจากนวัตกรรมทั่วไปที่อาจจะเพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มคุณภาพของสินค้าหรือลดต้นทุนกระบวนการผลิตแบบเดิมๆ เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้ อาจจะไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ล่าสุด อาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่มีการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบบางอย่าง เช่น คุณภาพประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ต้นทุน หรือราคา ที่ทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้มีเงื่อนไขที่เหมาะสมจนเป็นที่นิยมของตลาดและแน่นอนว่าการมาถึงของเทคโนโลยีอย่างหนึ่งอาจทำให้สินค้าในตลาดบางอย่างหายไป หากธุรกิจนั้นๆ ดิสรักชั่นตัวเองได้ไม่ทันคู่แข่งรายอื่นๆ ตัวอย่างของกระแส Digital Disruption ที่ยกให้เป็นคลาสสิกเคสที่ทั่วโลกต่างพูดถึง คือ เคสกล้องถ่ายรูปโกดัก (Kodak) ซึ่งในปี ค.ศ. 1975 โกดักเป็นบริษัทแรกในโลกที่ค้นพบเทคโนโลยีการถ่ายภาพด้วยระบบดิจิทัล โดยฝ่าย R&D ของบริษัท แต่ด้วยในขณะนั้น บริษัทโกดักเป็นบริษัทที่ครอง Market Sharing ในตลาดกล้องฟิล์มที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี ค.ศ. 1976 โกดักมีสัดส่วนยอดขายฟิล์มถ่ายรูปกว่า 90% รวมถึงกล้องฟิล์ม 85% ของตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ถึงกระนั้นบริษัทมีความตระหนักว่า หากกล้องดิจิทัลเข้ามาแทนที่จะทำให้สัดส่วนของตลาดกล้องฟิล์มของตนเองหายไป จึงได้พับโครงการการผลิตกล้องดิจิทัลลง แต่หลังจากนั้นไม่นานคู่แข่งบริษัทอื่นๆ ของโกดักเห็นว่า ไม่สามารถแข่งขันกับโกดักที่เป็นรายใหญ่ได้ในตลาดกล้องฟิล์ม

จึงทำให้ Sony และ Fuji ได้มีการนำเทคโนโลยีกล้องดิจิทัลออกสู่ตลาด ทำให้โกดักยอดขายตกตั้งแต่นั้นปี ค.ศ. 2001 เรื่อยมาจนต้องออกจากตลาดหลักทรัพย์ในปี ค.ศ. 2004 และในปี ค.ศ. 2011 โกดักได้ยื่นแผนเข้าสู่ขบวนการล้มละลายในที่สุด

เป้าหมายของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน คือ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในประเทศไทย 3.0 สู่อุตสาหกรรม 4.0 ด้วยนวัตกรรม เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมรดกทางเศรษฐกิจ คือ เป็นฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง แต่วันหนึ่งเราต้องถูกดิสรัปด้วยเทคโนโลยีอย่างแน่นอน เพราะฉะนั้นเราต้องรู้จักปรับตัวไปสู่ Industry 4.0 โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการผลิต อาทิ IoT, 5G, Automation, Robotics ทั้งนี้ทั้งนั้น ปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยไปอยู่ในจุดที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน คือ Peopleware, Hardware และ Software ซึ่งก็คือพัฒนากำลังคนให้มีทักษะ พัฒนาเครื่องจักรรวมถึงกระบวนการผลิต และพัฒนาระบบภายในให้มีความทันสมัยมากขึ้น และในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมในประเทศไทยจะถูกขับเคลื่อนด้วยนโยบายต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศ แต่สิ่งเหล่านี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย หากแต่ศักยภาพบอบบาทของอุตสาหกรรมตนเองเรายังไม่รู้จักร แล้วเราจะเรียนรู้เพื่อเพิ่มเติมต่อยอดนำอุตสาหกรรมเข้าถึงจุดที่เรียกว่าดิสรัปตัวเองได้อย่างไร เพราะฉะนั้นสิ่งสำคัญที่อุตสาหกรรมไทยจะสามารถรับมือกับกระแสดิสรัปได้ก็คือ การหันมาทบทวนบทบาทแนวคิดขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมตนให้ชัดเจน และมองให้เห็นถึงพฤติกรรมตอบสนองในยุคดิจิทัลเหล่านี้ อาจจะเป็นการปรับตัว และเตรียมความพร้อมต่อกระแสดิสรัปของอุตสาหกรรมไทย

ตารางที่ 1 สรุปทฤษฎีการนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

<p>แนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> -แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนายั่งยืน -แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน -แนวคิดการบริหารการพัฒนา 	<p>แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์</p> <ul style="list-style-type: none"> -แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ -แนวคิด ความสำคัญ และกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ -แนวคิดการบูรณาการและการมีส่วนร่วม
<p>แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> -แนวคิดการท่องเที่ยว -แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน -แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน -แนวคิดการท่องเที่ยววัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรม -แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวและแนวคิดการสร้างแบรนด์ดิจิทัล -แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030 	<p>ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> -แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) -แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558-2560) -แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 -แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 -แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556-2575) -แผนการตลาดการท่องเที่ยว พ.ศ. 2560 และMarketing 4.0 -แผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
<p>แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <ul style="list-style-type: none"> -แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ -แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีโนทัศน์ 	



ศัภยภาพ	
-ชุมชนศึกษา	-วิเคราะห์ SWOT and TOWS
-ตรวจสอบทรัพย์สิน	- สรุปศัภยภาพพื้นที่ศึกษา



แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร			
-วิสัยทัศน์	-ยุทธศาสตร์	-กลยุทธ์	-โครงการ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธงชัย ภูวนารถวิจิตร และคณะ (2562) กล่าวว่า ในการวิจัยการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการเพื่อสร้างให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาผ่านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสัมพันธ์กับจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวของอารยธรรมล้านนาศึกษา การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสัมพันธ์กับจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวของอารยธรรมล้านนา พร้อมเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสัมพันธ์กับจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวของอารยธรรมล้านนา และพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการในการสร้างให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวของอารยธรรมล้านนาคำเนิการวิจัยด้วยวิธีวิจัยแบบผสมโดยการหวนวรรณกรรมการสัมภาษณ์และการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน และชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความสัมพันธ์ของจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยว

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และพยอม ธรรมบุตร (2557) กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดนครปฐมจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของโลกเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจเพื่อพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาให้มีมาตรฐานและคุณภาพระดับโลกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนให้มีการค้นหาเศรษฐกิจท้องถิ่น และเป็นต้นแบบในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเพื่อสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยผลการประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครปฐมพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากจึงยืนยันให้เห็นว่าแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีความเหมาะสมกับจังหวัดนครปฐม สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้และเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา

พยอม ธรรมบุตร (2562) แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อยกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีพบว่า ชุมชนบางกอกน้อยกรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านการพัฒนาทรัพยากร ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมของการปลูกจิตสำนึกในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์วิถีไทย ได้แก่ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชื่อ สุขสันต์วันท่องเที่ยวบางกอกน้อยเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแบรนด์รวมแบรนด์เชิงสร้างสรรค์ย่อย 5 แบรนด์ พร้อมทั้งกลยุทธ์ และโครงการเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละแบรนด์ ได้แก่ แบรนด์ท่องเที่ยวทะเลมีสีสันฐาน ระบบนิเวศน้ำจืดลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แบรนด์ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ยุคกรุงธนบุรีเชิงสร้างสรรค์ แบรนด์ท่องเที่ยวกรุงธนบุรีศรีมหาสมุทรดินแดนแห่งศิลปะไทย 3 ยุค แบรนด์สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำลำคลอง แบรนด์สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรม พุทธคริสต์อิสลาม จึงให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบของการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และได้เพิ่มพูนประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ชีวิตของนักท่องเที่ยว

กช ตราฐ (2560) ได้ศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้ให้ข้อมูล หลัก จำนวน 14 ราย โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง และใช้เทคนิคการเลือกแบบลูกโซ่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ ด้วย SWOT และเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีศักยภาพ ได้แก่ แม่น้ำมูล การทำเครื่องปั้นดินเผา ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 6 ด้าน ได้แก่ พัฒนาลิขิตใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายกับทุกช่วงวัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง การเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวปรับปรุงที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิต ชุมชน เน้นการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนาการตลาดการสื่อสารแบบบูรณาการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมายท่องเที่ยว

ธีรศานต์ สหัสสพาศน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงนโยบาย

มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา และนำเสนอข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อารยธรรมล้านนา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบร่างยุทธศาสตร์จำนวน 17 คน ใช้วิธี EDFR การสัมภาษณ์เชิงลึกและการเสวนาเชิงสร้างสรรค์เพื่อหาข้อสรุป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ บันทึกภาคสนาม การสังเกต ผลวิจัยพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาตามแนวโน้มการเติบโตอย่างมาก แต่แต่ละจังหวัดในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน แต่ยังคงมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตล้านนาที่คล้ายคลึงกัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อารยธรรมล้านนา ควรมีการจัดการสร้างรูปแบบในการพัฒนา ส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) สร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อการเพิ่มมูลค่าในสายตาของนักท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างและสื่อสารภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาบนฐานการมีส่วนร่วมจากทางภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และ 3) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักผ่านการยกระดับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ผลการรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์มีความ สอดคล้องในระดับดี

ปัทมา ชินโชติ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแนวสัมภาษณ์เชิง ลึก (In-depth interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในพื้นที่ และนักวิชาการ ในอำเภอสวนผึ้ง จำนวน 10 คน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้าง หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะ เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม นำมาสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการและชุมชน โดยสามารถ สร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้นักท่องเที่ยวได้ การศึกษาดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การ จะพัฒนาสวนผึ้งให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นของ สวนผึ้งมาพัฒนาร่วมกับ

องค์ประกอบของบริบทต่างๆให้ประสานสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์, ชุมชนเชิงสร้างสรรค์, กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์, การสื่อสารเชิง สร้างสรรค์

ภัทรพร ทิมแดง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาโมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่ง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากประชากรชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวทวีปเอเชีย 380 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และสถิติเพื่อการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) จากการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการ ท่องเที่ยว การตลาดเชิงประสบการณ์ มีความสำคัญมากต่อผลสัมฤทธิ์การตลาดเชิงประสบการณ์ และมีความ สอดคล้องอย่างมากกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการค้นหาโมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่างชาติ ในภาพรวมพบว่า โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า โมเดลการวัดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย ประสบการณ์ใหม่ การเรียนรู้ การพักผ่อน การซื้อสินค้า โมเดลการวัดการตลาดเชิงประสบการณ์ของ นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสบการณ์เชิงกายภาพ ประสบการณ์เชิงอารมณ์ ประสบการณ์เชิงคนไทย ประสบการณ์การบริการ โมเดลการวัดผลสัมฤทธิ์ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย คุณค่ารับรู้ ความพึงพอใจ การกลับมาเที่ยวซ้ำ การบอกต่อ โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและผลสัมฤทธิ์การตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในทิศทางบวก

ภัทร์ศศิ์ หีดจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ลักษณะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่กลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวนั้น ในปัจจุบันยังมีผลกระทบในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการเรียนรู้ ด้านทรัพยากร ทางวัฒนธรรม รวมทั้งกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะต้องปรับเปลี่ยนและที่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวที่ลดลง สำหรับปัญหาและอุปสรรคในด้านการกลยุทธ์การท่องเที่ยววัฒนธรรม พบว่า กระบวนการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การวางแผนในการดำเนินงาน กำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนากการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และด้านการจัดการ ทั้งนี้ การที่หน่วยงานที่

สนับสนุนการ ท่องเที่ยวที่นั่นยังไม่ชัดเจน ทำให้คนในชุมชนท่องเที่ยวต้องช่วยการสร้างภาพลักษณ์เพื่อเป็นการเพิ่มเครือข่าย และกำหนดเครื่องมือเพื่อเป็นการช่วยกันสร้างภาพลักษณ์อีกทางหนึ่ง ในขณะที่ความต้องการ ให้ทางหน่วยงานราชการ เอกชน สนับสนุนโดยมีงบประมาณในการสนับสนุนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความ คิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์กรชุมชน และระดับมาก 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้ และด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมตามลำดับ ปัจจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อความ คิดเห็น โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การวางแผนการดำเนินงาน กำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรม และด้านการจัดการผลการเปรียบเทียบความ คิดเห็นกลยุทธ์การท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวม พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาอยู่ในพื้นที่ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อลักษณะการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวม พบว่า เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายด้านแตกต่างกัน เฉพาะด้านองค์กรชุมชน ด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และด้านการเรียนรู้

ภุรี ชุณหขจร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการรับประทานอาหารที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้การ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึง ทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำและลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น อาหารใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้ และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในฟาร์ม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิ เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น สำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น

เริ่มต้นโดยขั้นตอนที่ 1 การกำหนดพันธกิจ ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ “การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” ขั้นตอนที่ 3 การกำหนด ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issue) โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ที่ 2 การ พัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 4 การกำหนด เป้าประสงค์ (Goal) ขั้นตอนที่ 5 การ รางตัวชี้วัด (Key Performance Identification) ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดค่าเป้าหมาย (Target) และขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Quality Leisure Destination โดยเน้น การสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านอาหารที่มีความแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ การปรับโครงสร้าง ตลาดให้สูงขึ้น กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์บูรณา การการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้าน การท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและ สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยนี้เป็นแบบผสานวิธี ทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 คน จากนักบริหารระดับสูงภาครัฐ 8 คน ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร 5 คน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น 5 คน และ นักวิชาการ 2 คน เลือกมาแบบเจาะจง ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่เลือกจากนักท่องเที่ยว กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาร์โรว์ ยามาเน่ เลือกโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าที่มี ค่าความเชื่อมั่น 0.875 วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย 1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัด กำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง แผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด กำแพงเพชร และแผนปฏิบัติการประจำปี แต่ไม่มีแผนแม่บทซึ่งเป็นทิศ ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว มุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม เพราะมีจุดเด่น ที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองมรดกโลก กลไกการขับเคลื่อนอาศัยความร่วมมือของไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นโยบายมีทิศทาง เป้าหมายและ วัตถุประสงค์ชัดเจน แต่ขาดกลไกการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เหมาะสม 2) ปัจจัยที่มีผลต่อ

ยุทธศาสตร์การบริหาร จัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าประกอบด้วย นโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัย ด้านการบริหารจัดการ โดยรวมนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านวัดผลและประเมินได้ ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง และด้านการนำไปปฏิบัติได้ ตามลำดับส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ตามลำดับ สำหรับตัวแปรนโยบายการท่องเที่ยวของ จังหวัดกำแพงเพชรประกอบด้วย ด้านมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง ด้านการนำไปปฏิบัติได้ และด้านการวัดผลและประเมินได้ สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 44.10 ($R^2 = 0.441$) และตัวแปรด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การบริหาร จัดการภาครัฐ การบริหารจัดการภาคเอกชน และการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นสามารถ อธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 54.10 ($R^2 = 0.541$) 3) ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรโดยเรียงลำดับตามความสำคัญสูงสุดประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กร ท้องถิ่น มี 2 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและยุทธวิธีการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (2) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชนมี 3 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการ ร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และยุทธวิธีการร่วมสร้างเครือข่าย การท่องเที่ยว (3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ มี 4 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธวิธีการส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว และยุทธวิธีการส่งเสริม การตลาดและประชาสัมพันธ์ อย่างมีวิสัยทัศน์ และ (4) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มี 3 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ยุทธวิธีการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืน

ลักษณะวดี บุญยะศิรินันท์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลขององค์ประกอบเชิงยั่งยืนของปัจจัยแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถลดจำนวนปัจจัยที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จาก 20 ปัจจัยเหลือเพียง 9 ปัจจัย ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การเข้าใจ อย่างถ่องแท้ในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีประสบการณ์จริง การจดจำและประทับใจ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การลดการใช้ที่เกินจำเป็นและการลดของเสีย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยการปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่น ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจัยแนวทางการ ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้ความ ชื่นชอบในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเลเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ภูเขา การให้ความสำคัญกับ แนวทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่านักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญ มากที่สุด ในประเด็นการจดจำ/ประทับใจ/ เข้าใจ หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนา ธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ คือการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การปฏิบัติของผู้อยู่ในท้องถิ่นท่องเที่ยวใน ด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า คือการช่วย รักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก

ศุภิศา พุ่มเดชะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรี การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปราจีนบุรี 2) จัดทำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์สถานการณ์ พบจุดแข็งที่สำคัญ คือ มีภูมิศาสตร์ ที่เหมาะสมแก่ การเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถานและเป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านสมุนไพรการแพทย์แผนไทย โดยมีจุดอ่อนที่สำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวรวมตัวอยู่ในเขตอำเภอเมือง ขาดป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงของรถโดยสาร อีกทั้งขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สำหรับโอกาสที่สำคัญคือกระแสความสนใจการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ เชิงนิเวศและวัฒนธรรม กำลังเป็นที่นิยม โดยมีอุปสรรคที่สำคัญคือเกิดกระแสเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ การขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำ และได้นำข้อมูลมากำหนดกลยุทธ์ แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรีด้วย TOWS Matrix และ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

นำไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 30 ราย สรุปได้ว่า จังหวัดปราจีนบุรีมีความพร้อมและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่ขาดการวางแผนการปฏิบัติงาน ขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว และขาดความร่วมมือจากชุมชน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์กับเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 10 ราย ทำการประเมินซึ่งได้ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 0.76 แสดงว่าแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวสอดคล้องและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ เพื่อเป็นแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรีต่อไป

พยอม ธรรมบุตร (2562) ได้ทำการศึกษาแนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางกอกใหญ่กรุงเทพมหานครมีศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ของจุดหมายปลายทางเขตบางกอกใหญ่ แนวทางการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง 4.0 ได้แก่ การสร้างส่วนประสมของจุดหมายปลายทาง การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของแบรนด์จุดหมายปลายทางเพื่อสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางบางกอกใหญ่ 4.0 ซึ่งมีเนื้อหาของแบรนด์ 4 ประเภท คือ 1) ด้านธรณีสัณฐานและธรรมชาติ 2) ด้านศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 3) ด้านวิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมและวิถีริมน้ำ 4) ด้านท่องเที่ยวมิติจิตตพุทธศาสนา

รัตติยา พรหมกัลป์ และพระเทพปริยัติเมธี และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมเป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์ รวบรวมวางแผน และร่วมคิด ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ดึงดูดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นฐานที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และความ เป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ปัจจัยด้านการตลาด เป็นการกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลให้เกิดการดึงดูดใจ นำมาสู่กระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ

Evangelos Christou (2557) ในหัวข้อ Branding Social Media in the Travel Industry โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางทุกคนเชื่อมั่นว่า แปรนต์ในสื่อสังคมมีพลังสำคัญ ในการก่อให้เกิดความสัมพันธ์ ระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง และระหว่างลูกค้ากับบริษัททัวร์ และอาจสร้างหรือไม่สร้างความภักดีต่อแปรนต์ งานวิจัยนี้ บ่งบอกว่าความไว้วางใจในโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลอย่างยิ่งในการเสริมสร้างความภักดีต่อแปรนต์จากสมมุติฐานที่ได้ ดังนั้น ความไว้วางใจในแปรนต์ของโซเชียลมีเดียได้รับอิทธิพล จากลักษณะเฉพาะของแปรนต์ ของบริษัททัวร์และของลูกค้าเอง งานวิจัยเชิงสำรวจนี้ ทำการศึกษาวิจัยในประเทศกรีซ เพื่อตรวจสอบทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเมือง Thessaloniki และกรุงเอเธนส์ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลักษณะของแปรนต์ Social Media มีความสัมพันธ์ ยิ่งขึ้นเพราะก่อให้เกิดผลกระทบต่อความไว้วางใจของลูกค้าต่อแปรนต์ และยังค้นพบอีก เช่น เห็นว่าความไว้วางใจในแปรนต์ Social Media จะมีอิทธิพลในแง่ของความภักดีต่อแปรนต์ กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้ได้ให้คำแนะนำต่อนักการตลาดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง และดูแลรักษาความไว้วางใจต่อแปรนต์ของลูกค้า

Rojasak Chomvilailuk (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Three-dimensional procession of Medical/Health Travelers and destination Brand Choices: Cases of Thailand ได้ดำเนินการตรวจสอบ ความสัมพันธ์ ระหว่าง 3 มิติของการรับรู้ของนักท่องเที่ยว การรับรู้ด้านอุปสงค์และอุปทาน การรับรู้และภาพลักษณ์ตราสินค้าของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ และสิ่งก่อสร้าง ที่ต้องพึงพา ทางเลือกแปรนต์ ของจุดหมายปลายทาง การศึกษาครั้งนี้พบผลกระทบอย่างมีนัย ยะสำคัญทางสถิติ การรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้ตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดย งานวิจัยนี้สนับสนุนการพัฒนาทฤษฎีในฐานะที่เป็นข้อสรุปในแง่มุมมองของนักท่องเที่ยว ที่จะเลือก ผู้ให้บริการทางการแพทย์ โดยการรับรู้ที่สอดคล้องระหว่างอุปสงค์และอุปทานของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกทางการแพทย์ สำหรับความสอดคล้องของอุปสงค์และอุปทาน ของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกทางการแพทย์ และศักยภาพของแปรนต์ปลายทาง ในแง่ความพร้อมของสิ่ง อำนาจความสะดวกในโรงพยาบาล ผู้ปฏิบัติงานด้านการตลาดสามารถใช้ผลวิจัยเพื่อปรับกล ยุทธ์และโปรแกรมการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงการรับรู้ของ นักท่องเที่ยว แพทย์ ที่มีต่อโรงพยาบาล และต่อแพทย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับภาพลักษณ์ ของประเทศไทย ในทำนองเดียวกันผู้กำหนดนโยบายหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ควร คำนึงถึงความไม่เข้าใจของนักเดินทาง ในเรื่องความสะดวกและคุณภาพของอุปสงค์ และ อุปทานในแง่ของสถานพยาบาล และภาพลักษณ์ของประเทศไทย แม้ว่าวิธีเชิงปริมาณ ไม่ได้จัด ให้มีการทดสอบและกลับกรอง และการรับรู้อย่างต่อเนื่องของระบบประกันสุขภาพ ข้อมูลเชิง

สำรวจ ได้กำหนดขั้นตอน การนำเข้าสู่สำหรับตัวแปรเหล่านี้ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ที่มีต่อ ผู้ให้บริการทางการแพทย์ หน่วยงานการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญสำหรับ หลักการแพทย์ ในปัจจุบัน การใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ออนไลน์ ส่งอิทธิพลต่อการกำหนดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในการอำนวยความสะดวกให้นักเดินทางสามารถค้นหาบริการทางการแพทย์ ระหว่างเดินทาง บริษัททัวร์ ด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สามารถช่วยกำหนดจุดหมายปลายทาง จากข้อมูลเชิงสำรวจความน่าเชื่อถือของแบรนด์ของลูกค้า ที่มีต่อประเทศหรือโรงพยาบาล อาจเป็นสื่อกลางที่น่าไว้วางใจในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ 3 มิติ และการเลือกแบรนด์ปลายทาง บทบาทของตัวเชื่อมนี้ควรถูกตรวจสอบในการศึกษาขั้นต้น

Pasapirch Chujai and Jatsada Singthongchai (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง TheTourist Attraction Recommender System for Bangkok Thailand โดยผลการวิจัยพบว่า คำแนะนำการท่องเที่ยวไม่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวให้คำแนะนำเชิงลบ เป็นหลัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาการวางแผนก่อนการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ไม่คุ้นเคย แม้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะสามารถหาข้อมูลได้จากอินเทอร์เน็ต

Oraphan Chanin and Ploykanok Khunchumnan (2562) ได้ทำการวิจัย Guidelines on Health Tourism Management for Middle Eastern Tourist in Phuket Province โดยจากการศึกษาพบว่าตัวชี้วัดที่อ้างว่าช่วยในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ กิจกรรมที่หลากหลาย ที่พักเป็นมิตรกับศาสนาอิสลาม ระบบขนส่งสาธารณะ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การใช้ห้องสวดมนต์ การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และของที่ระลึกราคา ยุติธรรม น้องจะมีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ตัวแทนการท่องเที่ยวควรมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมด้านสุขภาพ องค์การบริหารส่วนตำบลควรมีมาตรการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการ ให้คำแนะนำเจ้าหน้าที่เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางซื้อของที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม รัฐบาลควรได้รับการสนับสนุนในการจัดการที่พักให้สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม ควรมีการจัดสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในการสวดอ้อนวอนโดยเฉพาะสำหรับสุภาพสตรี รัฐบาลไทยควรแจ้งนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต องค์การบริหารส่วนตำบลควรดำเนินการเพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกคนรู้สึกปลอดภัยและเพื่อปกป้องพวกเขาจากการถูกเอาเปรียบในการจำหน่ายสินค้า

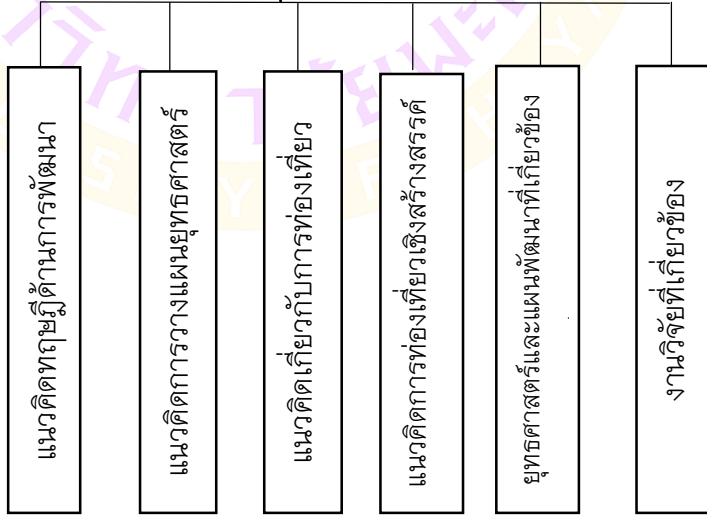
Aunkrusa Sangchumnong (2561) ได้ทำการศึกษา The Development of sustainable tourist destination base on the creative economy: A case study of Klong Kone Mangrove Community Thailand โดยผลการวิจัยพบว่า ประเด็นหลักของจุดหมายปลายทางนี้คือการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียม ซึ่งเกิดจากความขัดแย้งของชุมชน โดยคนในพื้นที่ส่วนใหญ่ควรมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอาชีพด้านการท่องเที่ยว ในการดึงดูดให้หนุ่มสาวกลับมาทำงานที่บ้านหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังได้มีการเสนอแนะให้มีการปลูกป่าชายเลน เพาะเลี้ยงกุ้งมังกร กิจกรรมกีฬาทางน้ำ และร้านอาหารทะเล นอกจากนี้ควรส่งเสริม การออกแบบและการวางแผนอย่างรอบคอบ ให้สอดคล้องกับความคิดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อตลาด การมีส่วนร่วมของชุมชนที่สามารถคิดวางแผน ในการใช้ทรัพยากร และการออกแบบท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

Christian Stipanović and Elena Rudan (2014) ได้วิจัยเรื่อง แนวคิดการพัฒนาและกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของการมาয়โครเอเชีย พบว่า งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจ ทำ การวิพากษ์แบบกลุ่ม การยืนยันในทัศนคติของสมาชิก มีการสร้างข้อคำถามใหม่ๆ การเชื่อมโยงความแตกต่าง ในคำตอบ เพื่อมุ่งหาคำตอบให้ไปยังเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น มีการวิเคราะห์สถานการณ์ มีความคาดหวังในอนาคต เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวโครเอเชีย พบว่า ยังขาดการตระหนักถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มีการ ยอมรับในความหลากหลาย และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความยินดี ของการท่องเที่ยวโครเอเชียมากขึ้น คล้าย กับว่าเป็น เรื่องใหม่มีความน่าสนใจ มีการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นทางการตลาดมากขึ้น บนพื้นฐานของ สุนทรียภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ มีความต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแบบระยะสั้น และมีแนวโน้ม การ สร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้น ซึ่งต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในแต่ละประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การให้ความตระหนักถึงหลักการอย่างมีเหตุผล นักท่องเที่ยว มีความต้องการให้เกิดการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ใส่ใจในสิ่งที่เรียกร่องทางความรู้ที่จะได้รับ ประสบการณ์ใหม่ๆ ในวันหยุด และหาแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อวางกลยุทธ์ให้เหมาะสม

Lan-Lan Chang and Yu Chih Huang (2014) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การเจริญเติบโตในจำนวนและคุณภาพของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ในการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ประสบการณ์ การยอมรับในคุณค่า และ ความสนใจที่จะกลับมาอีกครั้ง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เหมือนมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางกายภาพ วัฒนธรรม สังคม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและจัดเตรียมการบริการ ด้วยการบูรณาการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ในการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการ ปฏิบัติ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ได้รับ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตอนเหนือ กลาง และใต้ของไต้หวัน ที่สนใจ 3 กลุ่ม เกี่ยวกับการกีฬา สุนทรียภาพที่ได้รับจากสถาปัตยกรรม ศิลปะวัฒนธรรม และผู้ที่สนใจหาประสบการณ์ชีวิต จำนวน 417 คน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจและยอมรับในคุณค่ามีไม่มากนัก มีความเห็นว่าควรพัฒนาด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และให้ความสำคัญด้านการบริการด้วย ตลอดจนเน้นการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมและศิลปะ ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น สำหรับนักธุรกิจที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำได้จากการนำประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ศึกษา เพื่อที่จะเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ในการใช้ปรับปรุงคุณภาพด้านต่างๆ และพัฒนาการวางแผนการบริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ายินดีจ่ายเงินมากขึ้น และทำความเข้าใจว่าอะไรคือประสบการณ์ชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อการสร้างแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

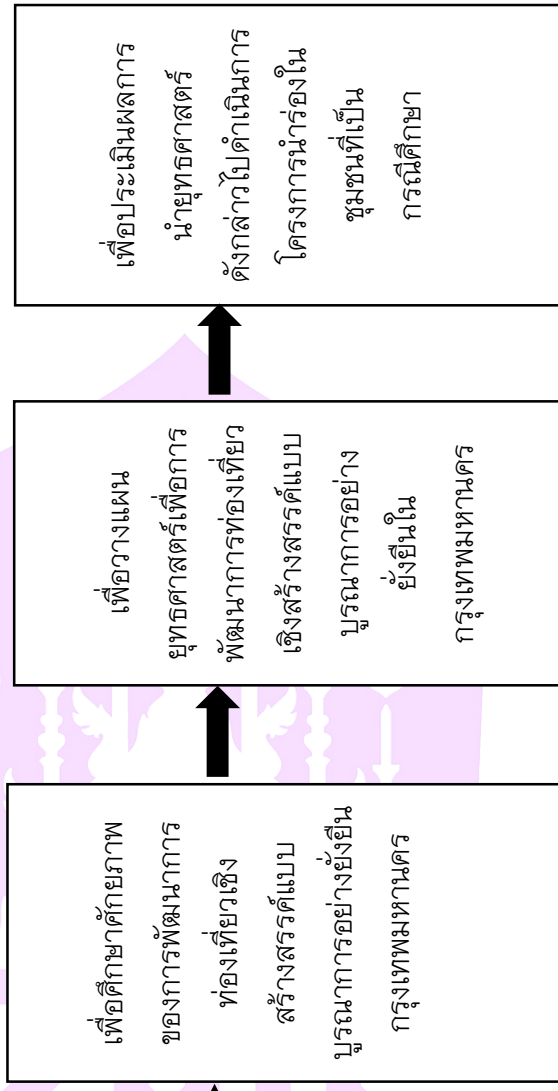
ตัวแปรต้น

ข้อมูลทฤษฎีภูมิ



ตัวแปรตาม

ข้อมูลสถิติภูมิ



ภาพ 3 กรอบการวิจัย (Conceptual Framework)

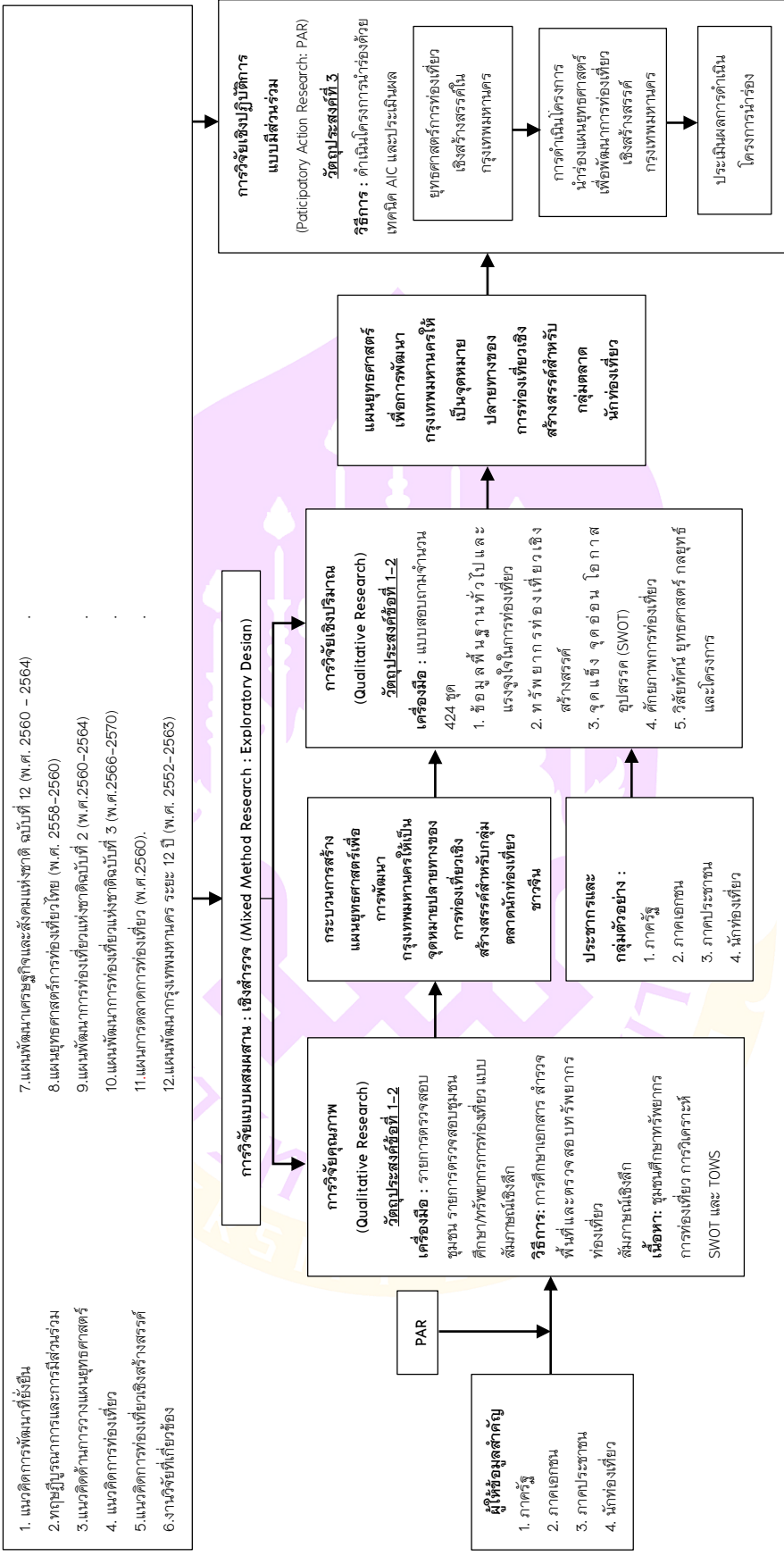
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงสำรวจ (Mixed Methods Research Exploratory Design) (Paul and Jeanne, 2015) โดยดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ ระยะแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นงานวิจัยหลัก (Main Research) เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร และเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระยะที่สอง ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นงานวิจัยเชิงสนับสนุน (Supporting Research) โดยนำฐานข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจยืนยันและสร้างความสมบูรณ์ให้กับข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ณ พื้นที่กรณีศึกษา ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการ โครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา

กรอบการวิจัย



ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Conceptual Framework)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ซึ่งสำรวจเป็นลำดับ (Exploratory Sequential Design) ที่ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) (McMillan and Schumacher, 1997) จำนวน 24 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของทุกภาคส่วนในพื้นที่วิจัย โดยจำแนกออกเป็น 4 กลุ่มรวม 24 คน ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้แทนกลุ่มยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร สำนักโยธาธิการและผังเมือง งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร หอการค้าไทย ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัด ร้านค้าขายของที่ระลึก ร้านอาหาร การขนส่ง สมาคมธุรกิจนำเที่ยว สมาคมธุรกิจโรงแรม และสมาคมมัคคุเทศก์

3. ภาคประชาชน ได้แก่ ประชาชนที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ได้แก่

1. การศึกษาเอกสาร เป็นการศึกษาค้นคว้าองค์ความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนนโยบายและยุทธศาสตร์ของทางภาครัฐในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงหนังสือ ตำรา เอกสารแผ่นพับ เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เพื่อหาคำกยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน
ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. รายการที่ต้องตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชน (Community Study) ของสถาบัน
พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พยอม ธรรมบุตร
, 2549) ประกอบด้วย ข้อมูลทางกายภาพ ข้อมูลภูมิศาสตร์ ข้อมูลทางสังคม

3. รายการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) ของสถาบัน
พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พยอม ธรรมบุตร,
2549) ประกอบด้วย การตรวจสอบทรัพยากรทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติเชิง
สร้างสรรค์ ทรัพยากรวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรมหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากร
ด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และทรัพยากรด้านบริการเชิงสร้างสรรค์ และการประเมินคุณภาพ
ความโดดเด่นและอำนาจดึงดูด

4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการจากศึกษา
เอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยประเด็นคำถามที่สำคัญ ได้แก่

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร

4.2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT/TOWS) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

4.3 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

4.4 การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

5. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยดำเนินการจัดการประชุมกลุ่มย่อย จำนวน
4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน เพื่อประชุมและให้ความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการดังนี้

1.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย
โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการวัดความสำคัญ จัดกลุ่มเนื้อหาวิเคราะห์
จำแนก และสรุปประเด็น (เอี่ยมพร หลินเจริญ 2555)

1.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ซึ่งเป็นการ
ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาว่ามีความถูกต้องและน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยพิจารณาตรวจสอบข้อมูล

ที่ได้จากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งต้องได้ข้อค้นพบที่ตรงกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2558)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการดังนี้

2.1 การสำรวจ (Survey) ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร โดยใช้รายการที่ต้องตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชน (Community Study) และรายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 32 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน โดยคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 ภาคส่วน ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

2.3 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participated Observation) โดยผู้วิจัยได้เข้าไปมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร และมีส่วนร่วม ในเหตุการณ์ที่สำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ และทำการตรวจสอบความถูกต้อง ด้วยวิธีการดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสำรวจ (Survey) การสัมภาษณ์ (Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสังเกต (Observation) มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหาวิเคราะห์จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ 2555)

2. ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพมาประมวลเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร และเป็นฐานข้อมูลเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรุงเทพมหานคร ในส่วนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของคอคแรน (Cochran) (ธีรวิมล เอกะกุล, 2543) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 5% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนไป 5% เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของข้อมูลจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่คลาดเคลื่อนเท่ากับ 400 คน โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 384 \text{ (เพิ่มจำนวนไป 4\% = 400 คน)}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า z ที่ระดับนัยสำคัญ ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95%

ระดับนัยสำคัญ 0.005 มีค่า $z = 1.96$

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม ในสัดส่วนโควตาร้อยละ 25 ดังนี้

1. ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม สภาวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย และสำนักงานพระพุทธศาสนา จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่ง

ท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ภาคประชาชน ได้แก่ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4. นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่นในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผู้วิจัยได้ทดสอบค่าความแตกต่างของกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อหาความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ ANOVA เพื่อตรวจสอบว่าค่าคะแนนของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ว่าไม่มีความแตกต่างกันในทางสถิติและสามารถรวมกันได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยใช้ผลของการวิจัยเชิงคุณภาพมาเป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อคำถามและตัวเลือกคำตอบเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แรงจูงใจ สถานภาพ และรายได้ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร 5 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมหกรรม ทรัพยากรด้านกิจกรรม และทรัพยากรด้านบริการ โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรุงเทพมหานคร โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบคำถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ในการประเมินผลแบบสอบถาม ใช้การประเมินผลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ซึ่งระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นจะใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2548, หน้า 146) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 \text{แทนค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำค่ามาหาคะแนนเฉลี่ย โดยการใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลดังต่อไปนี้

พึงพอใจน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80
พึงพอใจน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60
พึงพอใจปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40
พึงพอใจมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20
พึงพอใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาคณาจารย์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความชัดเจนของภาษา ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม และรูปแบบของแบบสอบถาม เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำ

6. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับระดับความคิดเห็นต่อแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน (Index of Item – Objective

Congruence : IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

7. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคน 30 คน เพื่อนำคำตอบมาหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม และวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบรัช (Cronbach's Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรพานันท์, 2551) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum S_i^2}{s_t^2} \right)$$

$$\alpha = \text{สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น}$$

$$n = \text{จำนวนข้อ}$$

$$\sum S_i^2 = \text{คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ}$$

$$\sum s_t^2 = \text{คะแนนความแปรปรวนทั้งหมด}$$

ผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นแล้วพบว่าค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.81 เครื่องมือจึงมีความน่าเชื่อถือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร คำถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร คำถามเกี่ยวกับศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร และคำถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ในการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง จำแนกข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ และนำผลการเก็บ

รวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

$$P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร

2. การค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ระดับศักยภาพในการพัฒนาวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}}$$

SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
N - 1	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ

จากนั้นนำผลการวิเคราะห์เชิงสถิติดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อภิปรายผล และนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนกรณีศึกษาด้วยเทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) (เมตต์ เมตต์การุณกิจ, 2556, หน้า 307) ซึ่งประกอบด้วย

1. Appreciation: A คือ คือการสร้างคุณค่าและความชื่นชม การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนด้วยการร่วมเรียนรู้ด้วยกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 ที่ประชุมของชุมชนกรณีศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้วิจัย ร่วมกันตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว วิเคราะห์ SWOT และ TOWS เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการดำเนินโครงการของชุมชน

1.2 ชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันวางแผนโครงการ ลงมือปฏิบัติตามแผน และประเมินผลการดำเนินโครงการ ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจะทำให้สำเร็จได้นั้น ทุกภาคส่วนต้องสร้างคุณค่าและต้องมีอุดมการณ์ร่วมกัน (Shared Ideal)

2. Influence: I คือการสร้างพลังชุมชนให้มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นการลงมือปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ที่ประชุมร่วมกันแบ่งความรับผิดชอบของโครงการ และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ ซึ่งเป็นเสาหลักแห่งความยั่งยืน โดยมีการจัดลำดับกิจกรรมโครงการที่ดำเนินการโดยประชาชนในชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร (NGOs)

2.2 ชุมชนตั้งกลุ่มหรือชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและตั้งฝ่ายต่างๆ ที่รับผิดชอบกิจกรรมและหน้าที่ต่างๆ ได้แก่ การบริหารโครงการ การต้อนรับ ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อให้โครงการดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

3. Control: C คือการปฏิบัติการและติดตามประเมินผลโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

3.1 ชุมชนกรณีศึกษาและผู้วิจัยร่วมกันสร้างแบบประเมินผลโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชน 1 ชุด โดยกำหนดแนวทางการควบคุม ติดตามผล เกณฑ์และตัวชี้วัด และสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว จำนวน 1 ชุด

3.2 ผู้วิจัยนำกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้คณะทำงานด้านต่างๆ ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ และให้นักท่องเที่ยวทำแบบประเมิน ความพึงพอใจ พร้อมทั้งชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันประเมินผลการดำเนินโครงการโดยใช้แบบ ประเมินผลโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน

3.3 เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนแล้ว ชุมชนนำผลการประเมินการท่องเที่ยวทั้ง 2 ชุด มาพิจารณาร่วมกันอภิปรายถึงภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ วิเคราะห์ปัญหา และเสนอแนวทางการปรับปรุงหรือทางเลือกที่หลากหลายในการพัฒนา เพื่อให้เหมาะสมกับเหตุการณ์และแนวโน้มของกระแสการเปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัล และเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกรณีศึกษาเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

รายงานผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคีรัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยวิธีการศึกษาชุมชน (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินระดับความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และสรุปศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการตลอดจนข้อเสนอแนะ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดด้วยแบบฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูล (Tally Sheet) และนำมาสรุปประเด็นของแต่ละหัวข้อตามผลรวมของแต่ละประเด็น จากผู้ให้ข้อมูล 4 กลุ่ม และได้ทำการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพในภาพรวมของแผนยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. รายงานผลการศึกษาชุมชน (Community Study)
2. รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)
3. รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS
4. รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของกรุงเทพมหานคร
5. รายงานแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

6. รายงานยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการของแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว

มีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยสร้างตารางของแต่ละกลุ่ม และนำผลมาสรุปประเด็นของแต่ละหัวข้อตามผลรวมของแต่ละหัวข้อในทุกประเด็นของบทสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้ผู้วิจัยขอรายงานผลเชิงคุณภาพ ดังนี้

รายงานผลการศึกษาชุมชน (Community Study)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกรุงเทพมหานคร ตลอดจนทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ รวมถึง ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยรวบรวมข้อมูลตามรายการที่ต้องตรวจสอบโดยผู้วิจัยขอรายงานผลการศึกษาชุมชนดังนี้

ข้อมูลทางกายภาพ

กรุงเทพมหานคร มีตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย มีเนื้อที่ 1,570.61 ตารางกิโลเมตร หรือ 981,631 ไร่ กรุงเทพมหานครเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 50 เขต 180 แขวง คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตหนองจอก เขตบางรัก เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระโขนง เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตยานนาวา เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตห้วยขวาง เขตคลองสาน เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตราชบุรีบูรณะ เขตบางพลัด เขตดินแดง เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตจอมทอง เขตดอนเมือง เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตคลองสามวา เขตบางนา เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ เขตบางบอน

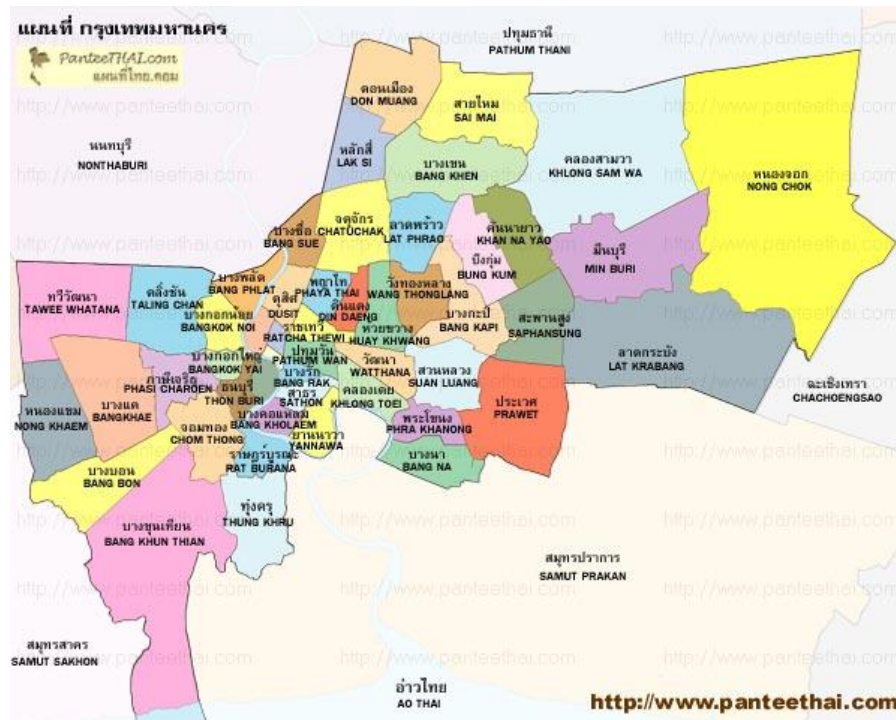
โดยมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอบางกรวย อำเภอเมือง และอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อำเภอเมือง และอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับ อ่าวไทย อำเภอพระสมุทรเจดีย์ อำเภอพระประแดง อำเภอเมือง อำเภอบางพลี อำเภอบางเสาธง และอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว และอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอพุทธมณฑล และอำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพ 5 แผนที่กรุงเทพมหานคร

ที่มา: <http://panteethai.com>; สืบออนไลน์

การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and connectivity)

กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมที่ดีที่สุด ของประเทศไทย โดยมีระบบคมนาคมขนส่งที่ทั่วถึง และสะดวกในทุกด้าน ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งทุกเส้นทางสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยได้ในทุกภูมิภาค นอกจากนี้ ยังมีระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ซึ่งประกอบด้วย รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า ทั้ง BTS และ MRT รถโดยสารสาธารณะ และเรือ ที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง จังหวัดหนึ่งของประเทศไทย

การขนส่งทางบก

การคมนาคมทางบก ของกรุงเทพมหานคร มีรถประจำทางที่รถร่วมบริการ และรถประจำทางของ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ที่ให้บริการในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล โดยให้บริการในเวลา 04.00-23.00น. และบางเส้นทางเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับเส้นทางเดินรถของขสมก.มีทั้งสิ้น 421 สาย เป็นรถร่วมบริการ 319 สาย ของขสมก. 102 สาย นอกจากนี้ยังมีระบบรถไฟฟ้า ขนส่งมวลชน MRT ปัจจุบันเปิดให้บริการ ในสายสีน้ำเงิน บางซื่อ-ท่าพระ สายสีม่วง บางใหญ่-บางซื่อ และสายสีเขียว หมอชิต-สะพานใหม่-คูคต นอกจากนี้ในอนาคตจะมีส่วนต่อขยาย ในเส้นทางสายสีชมพู แคราย-มีนบุรี สายสีส้ม บางขุนนท์-มีนบุรี และสายสีเหลือง ลาดพร้าว-ลำโพง นอกจากนี้ MRT แล้วยังมี รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา หรือรถไฟฟ้า BTS สายสุขุมวิท ให้บริการจาก เคหะสมุทรปราการ ถึงวัดพระศรีมหาธาตุ โดยเส้นทางเริ่มจาก เคหะสมุทรปราการ-วัดพระศรีมหาธาตุ รวมทั้งสิ้นประมาณ 44.12 กิโลเมตร 40 สถานี ร่วมสถานีร่วม (สถานีสยาม) นอกจากนี้ยังมีเส้นทางสายสีลม ให้บริการจากบางหว้า-สนามกีฬาแห่งชาติ ระยะทางรวมทั้งสิ้นประมาณ 14 กิโลเมตร มี 13 สถานี

การขนส่งทางน้ำ

การเดินทางทางน้ำเป็นอีกทางเลือกของชาวกรุงเทพฯ โดยกรุงเทพมหานคร มีคลอง 1,161 คลอง ซึ่งมีความยาว 2,272 กิโลเมตร โดยคลองในกรุงเทพฯหลายสายมีเส้นทางที่ผ่าน ชุมชน และย่านสำคัญๆ โดยหลักแล้วขณะนี้ในกรุงเทพมหานคร มีระบบขนส่งมวลชน ในเส้นทางคลอง 4 เส้นทางคือ 1. คลองแสนแสบ จากสะพานผ่านฟ้าลีลาศ ถึงวัดศรีบุญเรือง และส่วนต่อขยายจากวัดศรีบุญเรือง ถึงมีนบุรี ซึ่งส่วนต่อขยายขณะนี้หยุดให้บริการ เนื่องจาก อยู่ระหว่างการปรับปรุงทะเลิ่ง 2. คลองพระโขนง จากตลาดพระโขนง ถึงตลาดเอี่ยมสมบัติ 3. คลองบ้านป่า จากพระโขนงถึงคลองบ้านป่า และ 4. เป็นเส้นทางที่อยู่ระหว่างการทดลอง คือคลองภาษีเจริญ ตั้งแต่ประตูน้ำ ถึงเพชรเกษม 69 นอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังได้ทำการสำรวจคลองที่มีศักยภาพในการขนส่งอีก 28 คลอง ประกอบด้วย คลองเปรมประชากร คลองบางเขน คลองลาดพร้าว คลองบางซื่อ คลองห้วยขวาง คลองสามเสน คลองผดุงกรุงเกษม คลองมหานาค คลองหลุมไผ่ คลองจั่น คลองตัน คลองพระโขนง คลองบางนา คลองประเวศบุรีรัมย์ คลองลาดบัวขาว คลองสอง คลองแสนแสบ คลองมหาสวัสดิ์ คลองบางกอกน้อย คลองชักพระ คลองบางกอกใหญ่ คลองภาษีเจริญ คลองด่าน คลองบางขุนเทียน คลองดาวคะนอง คลองบางบอน คลองราชมนตรี และคลองมหาชัย โดยกรุงเทพมหานครมีแผนที่จะพัฒนาคลองทั้งหมดในอีก 5 ปี ข้างหน้า

นอกจากนี้ยังมีเรือโดยสารที่ใช้เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งมีหลายประเภท คือ เรือประจำทาง (ไม่มีธง) เส้นทางวัดราชสิงขร ถึงท่าบ้านนทบุรี เรือด่วนพิเศษ (ธงส้ม) วิ่งเส้นทางวัดราชสิงขร ถึงท่าบ้านนทบุรี เรือด่วนพิเศษ (ธงเหลือง) เส้นทางราษฎร์บูรณะ ถึงท่าบ้านนทบุรี และเรือด่วนพิเศษ (ธงฟ้า) เส้นทางสาทร ท่าวังหลัง ถึงท่าบ้านนทบุรี นอกจากนี้ยังมีบริการเรือโดยสารข้ามฟากบริเวณ ท่าเทเวศร์ ท่าพระจันทร์ ท่าช้าง ท่าเตียน ท่าคลองสาน และท่าสี่พระยา

การขนส่งทางอากาศ

กรุงเทพมหานคร มีท่าอากาศยานหลัก 2 ท่าอากาศยาน คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งทั้ง 2 ท่าอากาศยานเป็นท่าอากาศยาน ที่รองรับผู้โดยสารจากต่างประเทศ และผู้โดยสารภายในประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2562 มีประเทศที่ทำการบินมาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 54 ประเทศ ไม่รวมประเทศไทย ส่วน ท่าอากาศยานดอนเมือง รับเที่ยวบิน จาก ประเทศจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ พม่า เวียดนาม อินโดนีเซีย ไต้หวัน อินเดีย กัมพูชา ฮองกง มาเก๊า ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศออสเตรเลีย รวม 16 ประเทศ

ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย บริเวณละติจูดที่ 13.45 องศาเหนือ ลองจิจูด 100.28 องศาตะวันออก โดยเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร และมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้

1. ลักษณะภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานคร เป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50–2 เมตร มีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ ลาดเอียงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร กรุงเทพมหานคร ถูกเรียกตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ ว่าบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่างๆ

2. ลักษณะภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครนั้นมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด ได้แก่ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งก่อให้เกิดฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูร้อน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน

ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – เดือนตุลาคม

ฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม

อุณหภูมิทั้ง 3 ฤดูจะแตกต่างกัน แต่ค่าเฉลี่ยจากการวัด ณ สถานีตรวจอากาศ กรุงเทพมหานคร ปี 2545 จะอยู่ที่ 29.2 องศาเซลเซียส โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 38 องศาเซลเซียส และต่ำสุดเท่ากับ 19.2 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ของกรุงเทพมหานครจะมีค่าสูงเกือบตลอดปี เนื่องจากกรุงเทพมหานครตั้งอยู่ใกล้อ่าวไทย ซึ่งมีไอน้ำพัดเข้าถึงสม่ำเสมอ ซึ่งจากการวัด ณ ปี พ.ศ. 2545 เช่นกัน ความชื้นสัมพัทธ์ของกรุงเทพมหานครจะมีค่าเฉลี่ยร้อยละ นวิสัย ทิศนวิสัยของกรุงเทพมหานครเมื่อเวลา 07.00 น. จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.6–8.0 กิโลเมตรปริมาณฝน ค่าเฉลี่ยปริมาณน้ำฝน ณ สถานีตรวจอากาศกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2545 คือ 1,878.3 มิลลิเมตร และมีค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ฝนตกปีละ 146 วัน

3. ลักษณะพืชสัตว์และความหลากหลายทางชีวภาพ

3.1 กรุงเทพมหานครมีการปลูกพืชพรรณจำนวนมากและหลากหลายชนิดจะก่อให้เกิดเป็นระบบนิเวศที่เหมาะสม มีแหล่งที่อยู่อาศัย ทำรัง วางไข่ของนก แมลง ตัวงู ผีเสื้อนานาชนิด สวนซึ่งมีบึงน้ำขนาดใหญ่ อาจพบมีนกน้ำลงมาหากิน และพักระหว่างอพยพ หรืออาจเป็นนกประจำถิ่นได้เช่นกัน เช่น บึงรับน้ำหนองบอน สวนวชิรเบญจทัศ

3.2 กรุงเทพมหานครอุดมไปด้วยน้ำผิวดิน ได้แก่ น้ำในลุ่มน้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำต่างๆ ตลอดจนลำคลองที่แยกสาขาไปจากแม่น้ำจำนวนมาก แต่ปัจจุบัน เริ่มมีความไม่สมดุลของความต้องการใช้น้ำ และปริมาณน้ำที่เก็บ เกิดปัญหาด้านการระบายน้ำ ได้แก่ ปัญหาน้ำท่วม น้ำขัง อันเนื่องมาจากขาดการบริหารจัดการ น้ำที่ตีแหล่งน้ำใต้ดิน ชั้นน้ำใต้ดินบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถแบ่งได้เป็น 8 ชั้นตลอดความลึก 550 เมตร โดยการใช้มีส่วนใหญ่สูบจากชั้นใต้ดิน สถิติการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2525 พบว่ากรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง มีการสูบน้ำบาดาล มาใช้ถึงประมาณ 1.4 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งการสูบน้ำใต้ดินที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากนี้ ทำให้เกิดผลกระทบ ต่อสภาพแวดล้อม เช่น การรุกคืบของน้ำเค็ม การลดลงของปริมาณน้ำใต้ดิน การเปลี่ยนแปลงของ คุณภาพน้ำใต้ดิน และผลกระทบที่สำคัญ คือ แผ่นดินทรุดตัว ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเมื่อปี พ.ศ. 2521 พบว่า

กรุงเทพมหานคร มีการทรุดตัวมาก ด้านตะวันออกของเมือง ได้แก่บริเวณลาดพร้าว หัวหมาก พระโขนง บางนา ในอัตราการทรุดตัวปีละมากกว่า 10 เซนติเมตร บริเวณตอนกลางของเมืองมี อัตราทรุดตัวปีละ 5-10 เซนติเมตร และด้านตะวันตกจะมีอัตราการทรุดตัวน้อยกว่า 5 เซนติเมตร โดยบริเวณต่ำสุดของพื้นดินกรุงเทพมหานคร คือ บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งจากการสำรวจ ของกรมแผนที่ทหารเมื่อปี พ.ศ. 2525 พบว่าหุดหลักฐานของบริเวณดังกล่าวอยู่ที่ต่ำกว่าระดับน้ำทะเลปานกลาง 4 เซนติเมตร แต่หลังจากมีมาตรการควบคุมการสูบน้ำบาดาลในปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา ระดับน้ำบาดาลของกรุงเทพมหานครในบริเวณต่างๆ ได้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้อัตราการทรุดตัวของพื้นดินลดลง โดยผลการศึกษาสำรวจครั้งล่าสุด ของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เมื่อปี พ.ศ. 2544 รายงานว่า สถานการณ์โดยรวม ของแผ่นดินทรุด ในเขตกรุงเทพมหานครดีขึ้น กล่าวคือ อัตราการ ทรุดตัวอยู่ที่ประมาณปีละ 1 เซนติเมตร ยกเว้นเขตตอนเมืองที่มีอัตราการ ทรุดตัวอยู่ระหว่าง 3-5 เซนติเมตรต่อปี และเขตหนองจอกมีอัตราการทรุดตัวอยู่ระหว่าง 2-3 เซนติเมตรต่อปี ส่วนปริมณฑลรอบกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร มีอัตราการทรุดตัวอยู่ระหว่าง 2-5 เซนติเมตรต่อปี โดยสถิติการใช้ น้ำบาดาลของกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2544 มีจำนวน 567.935 ลูกบาศก์ เมตรต่อวัน

3.3 ทรัพยากรดิน จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดินของผู้เชี่ยวชาญระบุว่า ชนิดของดินในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ดินเหนียวกรุงเทพฯ (Bangkok Clays) ซึ่งพบอยู่ตามบริเวณที่ราบดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มน้ำเจ้าพระยา แม่งลอง บางปะกง และสาขาอื่นๆ ของแม่น้ำเจ้าพระยาเหมาะในการปลูกข้าวนาดำ หากยกท้องร่องสูงก็จะใช้ทำสวนผัก สวนผลไม้ได้ดี นับเป็นดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร

3.4 ทรัพยากรพืชพันธุ์ไม้ กรุงเทพมหานครนั้นตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มริมน้ำเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ห่างจาก ปากแม่น้ำ ที่ไหลลงสู่อ่าวไทยประมาณ 30 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่บริเวณชานเมือง จะเป็นพื้นที่เหมาะ แก่การเพาะปลูกข้าว มีการปลูกผัก ผลไม้ และทำสวนประเภทต่างๆ ในพื้นที่ด้านใน และสำหรับด้านใต้นั้น เป็นพื้นที่ป่าชายเลน เหมาะแก่ การทำประมงชายฝั่ง ประเภทเลี้ยงกุ้ง หอย ปู ปลา

4. การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร ในปี พ.ศ. 2545 กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ความเป็นเมืองประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของพื้นที่ทั้งหมด กล่าวคือ ประมาณ 700 ตารางกิโลเมตร กรุงเทพมหานครมีการใช้ประโยชน์ที่ดิน 3 ประเภท โดยเป็น

การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย จำนวน 366.385 ตารางกิโลเมตร (หรือร้อยละ 23.36) การใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม 369.837 ตารางกิโลเมตร (ร้อยละ 23.58) และเป็นการใช้ประเภทที่ว่าง 378.974 ตารางกิโลเมตร (หรือร้อยละ 24) นอกนั้นเป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่างๆ เช่น เพื่อการพาณิชย์กรรม อุตสาหกรรม สถานที่ราชการ ฯลฯ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1. บริเวณพื้นที่เขตชั้นใน

เขตชั้นในด้านตะวันออก เป็นพื้นที่ศูนย์กลางเมืองที่มีรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นประเภทที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม สถาบันราชการ สถาบันการศึกษา โดยการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยจะเป็นการใช้ที่ดินหลักในทุกเขต แต่จะมีอัตราส่วนสูงสุดในเขตวัฒนา บางซื่อ ดินแดง และสาทร สำหรับการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่เขตชั้นใน มีอัตราส่วนการใช้พื้นที่ดินพาณิชยกรรมสูงสุดในเขตสัมพันธวงศ์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตบางรัก และเขตปทุมวัน และการใช้ที่ดินประเภทสถาบันราชการ ซึ่งมีมากถึงครึ่งหนึ่งของที่ดินสถาบันราชการในกรุงเทพมหานคร มีการกระจายตัวมากในเขตดุสิต เขตราชเทวี เขตพญาไท เขตพระนคร เขตจตุจักร และเขตห้วยขวาง และมีการใช้ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษากระจายตัวสูงสุดในเขตปทุมวันและเขตจตุจักร

เขตชั้นในด้านตะวันตก มีการใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัย โดยเกือบทุกเขตของกลุ่มพื้นที่นี้มีการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยสูงกว่าร้อยละ 50 สำหรับประเภทพาณิชยกรรมมีอัตราส่วนร้อยละ 8.45 ของพื้นที่ ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 รองจากพื้นที่เมืองชั้นในตะวันออก

4.2 บริเวณพื้นที่เขตต่อเนื่องหรือเขตชั้นกลาง

เขตต่อเนื่องด้านตะวันออก เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวการพัฒนาจากพื้นที่เมืองชั้นใน จึงมีอัตราส่วนการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมสูงในเขตบางนา เขตวังทองหลาง เขตสวนหลวง และเขตบางกะปิ ทั้งนี้เนื่องจากมีโครงข่ายคมนาคมพาดผ่านและเป็นจุดเชื่อมต่อของระบบคมนาคมขนส่ง สำหรับประเภทอุตสาหกรรมนั้นจะมีการใช้ที่ดินประเภทนี้มากในเขตบางนาและเขตประเวศ และการใช้ที่ดินประเภทสถาบันราชการจะกระจายตัวอยู่มากในพื้นที่ด้านเหนือในเขตดอนเมืองและเขตบางเขน ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมของทหารและสถานีขนส่งทางอากาศ (สนามบิน) ตลอดจนที่ตั้งของหน่วยงานราชการส่วนกลางและองค์การรัฐวิสาหกิจ การใช้ประโยชน์ที่ดินของกลุ่มเขตต่อเนื่องนั้นมีอัตราส่วนการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยมากในทุกเขต โดยอยู่ระหว่างอัตราร้อยละ 25.54 ของพื้นที่เขต

และจากกรณีที่มีการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็วจากศูนย์กลางเมืองไปสู่เขตชานเมือง ทำให้เกิดพื้นที่ว่าง รอคอยพัฒนาหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์ กระจายอยู่ในพื้นที่เขตต่อเนื่องด้าน ตะวันออกเป็นจำนวนมาก (ประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่เขต)

เขตต่อเนื่องด้านตะวันตก การใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม (ประมาณร้อยละ 35 ของพื้นที่เขต) กระจายตัวมากในเขตราษฎร์บูรณะ เขตหนองแขม เขตทุ่งครุ และเขตทวีวัฒนา สำหรับประเภทพาณิชยกรรมนั้นจะมีลักษณะเป็นการค้าในรูปแบบ ค้างเคม ได้แก่ อาคาร ห้องแถวที่ให้บริการระดับท้องถิ่น

4.3 บริเวณพื้นที่เขตชานเมืองหรือเขตชั้นนอก

เขตชานเมืองด้านตะวันออก การใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ เกษตรกรรมโดยมีอัตราส่วนการใช้พื้นที่ประมาณร้อยละ 52.74 ของพื้นที่เกษตรกรรมใน กรุงเทพมหานคร โดยพื้นที่เกษตรกรรมจะมีอัตราส่วนการใช้ที่ดินมากที่สุดในเขตหนองจอก (ประมาณร้อยละ 71 ของพื้นที่เขต) นอกจากพื้นที่เกษตรกรรมแล้ว พื้นที่ชานเมืองตะวันออกนี้ ยังมีการใช้ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมคลังสินค้าขนาดใหญ่ในเขตลาดกระบัง และมีอัตราส่วน ของที่ว่างจำนวนมากในทุกเขต

เขตชานเมืองด้านตะวันตก การใช้ประโยชน์ที่ดินยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม และพื้นที่ว่างเช่นเดียวกับพื้นที่ชานเมืองตะวันออก (ประมาณอัตราส่วนร้อยละ 22 - 45) และมีการกระจุกตัวของการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมในพื้นที่ริมถนนพระรามที่ 2 ถนนบางขุนเทียน และถนนเอกชัย

5. ภัยธรรมชาติ และภัยจากมนุษย์

กรุงเทพมหานคร มักประสบปัญหาภัยธรรมชาติในช่วงที่มีฝนตกหนัก น้ำระบายไม่ทัน ส่งผลให้เกิดน้ำท่วม นอกจากนี้ยังมีปัญหาฝุ่น PM2.5 มลพิษทางอากาศ เสียง และมลพิษทาง น้ำ

6. ข้อมูลด้านสังคม

6.1 ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช หรือรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรีได้ทรงสถาปนากรุงเทพฯ เป็นราชธานีแห่งที่สี่ ของสยามประเทศใน พ.ศ. 2325 ในปัจจุบันกรุงเทพฯจึงเป็นเมืองหลวง ของประเทศไทยมาครบ 240 ปีในปี พ.ศ. 2566 นี้

เดิมกรุงเทพมหานครถูกเรียกว่า "เมืองบางกอก" เมื่อทรงสถาปนาเป็นราชธานี รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าให้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมจากกรุงศรีอยุธยา ส่งทำพิธียกเสาหลักเมือง

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2325 และเสด็จขึ้นเสวยราชสมบัติเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2325 เมื่อถึงสมัยรัชกาลที่ 4 ได้ส่งทำพิธียกเสาหลักเมืองเสาร์ที่ 2 ต่ออีก 100 ปี (จากที่กำหนดไว้เพียง 100 ปี ในสมัยรัชกาลที่ 1) ในพ.ศ. 2425 ต่อมาเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2514 รัฐบาลได้รวม จังหวัดพระนครและธนบุรี เป็น "นครหลวงกรุงเทพ ธนบุรี" และภายหลังการปรับปรุงการปกครองเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "กรุงเทพมหานคร" แต่นิยมเรียกกันว่า "กรุงเทพฯ" ปัจจุบันเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงิน การธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 50 เขตโดยมีพื้นที่รวม 1,562.2 ตารางกิโลเมตร

6.2 จำนวนประชากร

กรุงเทพมหานครมีประชากร 5 ล้าน 5,579,027 คน ที่ได้ถือสัญชาติไทย และ 100,022 คน ไม่ได้ถือสัญชาติไทย แบ่งเป็นเพศชาย 2,588,127 คน เพศหญิง 2,921,080 คน

ลักษณะการตั้งบ้านเรือน ในสมัยปัจจุบันกรุงเทพฯได้มีการขยายตัวของเมือง (Urbanization) ออกไปในบริเวณปริมณฑลโดยรอบ ในเขตพระนคร ซึ่งเป็นที่ตั้งของกรุงรัตนโกสินทร์ ชั้นในและชั้นนอก ซึ่งเป็นบริเวณเมืองเก่า (Old Town) ซึ่งมี พระป. เกาะรัตนโกสินทร์ จึงไม่มีการสร้างตึกสมัยใหม่ ในขณะที่บริเวณรอบๆตัวเมืองเก่า จะมีการขยายตัวของเมือง ไปตามถนนที่ตัดขึ้นสมัยรัชกาลที่ 4 คือถนนเจริญกรุง ถนนบำรุงเมือง ถนนเฟื่องนคร ซึ่งทำให้การสร้างอาคารพาณิชย์ในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมาบริเวณริมถนนที่ตัดใหม่ในปัจจุบัน บ้านเรือนที่เคยเป็นที่อยู่อาศัยที่เคยเป็นบ้านไม้หรือตึก 2 ชั้น มักจะถูกเปลี่ยนเป็นตึกคอนกรีตเสริมที่พักอาศัย หรืออาคารสูงเชิงพาณิชย์ ที่ขยายตัวออกไป โดยเฉพาะในบริเวณถนนสุขุมวิท ถนนสีลม และถนนสาทร นอกจากนั้นยังมีการสร้างอาคารสูงในบริเวณริมฝั่งตะวันตก (ฝั่งธนบุรี) ของแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ศูนย์การค้าไอคอนสยาม และการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาหลายแห่ง ตลอดจนการขนส่งมวลชน (Mass Transit) เช่น รถ BTS MRT หลายสายข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเชื่อมโยงมายังศูนย์กลางโลจิสติกส์ของกรุงเทพฯ ที่สถานีกลางบางซื่อ ที่สร้างขึ้นใหม่แทนสถานีหัวลำโพง ทำให้ที่ดินในกรุงเทพฯราคาแพงขึ้น ตามเส้นทางการขนส่งมวลชน ซึ่งมีการก่อสร้างอาคารสูง ที่พักอาศัย และอาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นในบริเวณดังกล่าว

ความเชื่อศาสนาของชุมชนในกรุงเทพมหานคร ประชาชนในกรุงเทพฯ นับถือศาสนาพุทธ 95.3% ศาสนาอิสลาม 2.9% ศาสนาคริสต์ 1.6% และศาสนาอื่นๆ 0.2% ศาสนสถานที่สำคัญได้แก่ วัดพุทธ โบสถ์คริสต์ ศาลเจ้าจันทรมหาโยน มัสยิดอิสลาม และวัดและศาลเทพเจ้าของศาสนาฮินดู ซึ่งทุกศาสนาจะมีพิธีกรรมและประเพณีทางศาสนาแตกต่างกันไปตามหลักการและศรัทธาความเชื่อของแต่ละศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร การแต่งกาย

ในกรุงเทพมหานครวัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมหลัก ประเพณีทางศาสนาพุทธยังถือปฏิบัติ เช่น วันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา วันเข้าพรรษา เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง ส่วนเทศกาลตรุษจีนและเทศกาลสารทจีน เทศกาลวันคริสต์มาส ตลอดจนเทศกาลของศาสนาอิสลาม เช่น เดือนรอมฎอน เดือนถือศีล ก็ยังมีการฉลองกันในกรุงเทพฯ โดยกรุงเทพฯ จะเป็นมหานครแห่งการผสมผสานของวัฒนธรรม วิถีชีวิต อาหาร การแต่งกาย ที่หลากหลายเชื้อชาติและชาติพันธุ์ จึงเป็นมหานครแห่งความหลากหลายทางพหุวัฒนธรรม (Cosmopolitan City)

สุขภาพอนามัยของประชากร กรุงเทพมหานครมีโรงพยาบาลของรัฐทั้งหมด 22 แห่ง โรงพยาบาลในสังกัดกรุงเทพมหานคร 11 แห่ง โรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด 109 แห่ง โรงพยาบาลสังกัดมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร 1 แห่ง โรงพยาบาลรัฐวิสาหกิจ 3 โรงพยาบาลที่รับคนไข้ต่างคืนรวม 146 โรงพยาบาล

การศึกษาในกรุงเทพมหานคร โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครมี 437 โรงเรียนและโรงเรียนสังกัดประถมศึกษา มัธยม ของเอกชน ตลอดจนมหาวิทยาลัยต่างๆ ทางที่สังกัดภาครัฐ และฟ้าเอกชน จำนวนมากในกรุงเทพฯ

เศรษฐกิจชุมชน กรุงเทพฯ และปริมณฑล มีการพัฒนาเศรษฐกิจจนเป็นฐานเศรษฐกิจ และเป็นศูนย์กลางของความเจริญทุกด้าน เช่น ศูนย์บริหารเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม การค้านานาชาติของอาเซียน เป็นมหานครขนาดใหญ่อันดับ 15 ของโลก เป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนในการผลิตถึงร้อยละ 51 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ มีกลุ่มการผลิต ได้แก่ การคมนาคม สื่อสาร ค่าปลีก ธนาคาร ประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ กรมอุตสาหกรรม ได้แก่ การก่อสร้าง ไฟฟ้า ประปา และกลุ่มสาขา กลุ่มกลไกกรรม ปศุสัตว์ ประมง เหมืองแร่ โดยรวมโครงสร้างเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร มีภาคอุตสาหกรรมเป็นแกนนำร้อยละ 30

การจัดการด้านการใช้พื้นที่ กรุงเทพมหานครมีการแบ่งกลุ่ม เขตการใช้พื้นที่ตามลักษณะของพื้นที่ และการพัฒนาเมืองเป็น 6 เขตคือ 1. เขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่กลุ่มรัตนโกสินทร์ และกลุ่มกรุงธนบุรี 2. เขตเศรษฐกิจเมืองได้แก่กลุ่ม วิทยาวดี ลุมพินี เจ้าพระยา และตากสิน 3. เขตที่อยู่อาศัย ได้แก่ กลุ่มพระนครเหนือ 4. เขตอุทยานนคร ได้แก่ กลุ่มสุวินทวงศ์ และมหาสวัสดิ์ 5. เขตชุมชนใหม่ รองรับสนามบิน

สุวรรณภูมิ ได้แก่ กลุ่มศรีนครินทร์ ศูนย์ชุมชนเมืองมีนบุรี ศูนย์ชุมชนเมืองลาดกระบัง 6. เขตควบคุมและรักษาสภาพแวดล้อมของเมือง ได้แก่ กลุ่มสนามชัย ครอบคลุมเขตบางขุนเทียน และป่าชายเลนทั้งหมด

การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในปี 2019 กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่ชาวต่างชาติมาเยือนมากที่สุดในโลกเป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน มีนักท่องเที่ยว มาเยือนเกือบ 23 ล้านคน ส่วนยอดค่าใช้จ่ายคิดเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกรุงเทพฯมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย และ สหราชอาณาจักร แหล่งท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณ ตลาดน้ำ ฯลฯ

2. รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสำรวจ ตรวจสอบ การทำชุมชนศึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ร่วมกับผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ เพื่อตรวจสอบและรายงานผลทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาควิชาการ แสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญตัวแทนภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานครดังนี้ กรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ สวนเบญจกิติ สวนเบญจสิริ สวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ สวนวชิรเบญจทัศน์ คลองแสนแสบ สนามหลวง อุทยานเฉลิมพระเกียรติสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชชนนี คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน แม่น้ำเจ้าพระยา สวนสราญรมย์ สวนสันติภาพ สวนหลวง ร.9 สวนสันติไชยปราการ สวนรมย์มณีนารถ โครงการปากกลางกรุง สวนลุมพินี สวนสัตว์คลองสามวา และซาฟารีเวิลด์ ถนนคนเดินคลองโอ่งอ่าง สวนลอยฟ้าเจ้าพระยา-สะพานพระปกเกล้า สวนสาธารณะชองนนทรี สถานเสาวภา สวนงู ตามลำดับ โดยผู้แทนจากภาครัฐได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่น คือมีความหลากหลายทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความอุดมสมบูรณ์ทาง

ธรรมชาติ ความหลากหลายของพันธุ์พืช สัตว์ และแมลงต่างๆ นอกจากนี้ยังมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม โดยในส่วนของสวนสาธารณะนอกจากจะมีบรรยากาศที่ร่มรื่น เต็มไปด้วยพันธุ์ไม้แล้ว ยังมีทะเลสาบที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนด้วย

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญตัวแทนภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นด้านธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลุมพินี ในป่าอาร์ทคอมเพล็กซ์ อุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บ้านในสวนคาเฟ่แอนดีโยคะ แม่น้ำเจ้าพระยา สวนจตุจักร สวน สวนหลวง ร.9 สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารี เวิลด์ สยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำไฟโรโระ และโลกใต้น้ำสยามพารากอน อุทยานสวนผีเสื้อ และแมลง กรุงเทพ ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคเอกชนให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่น นอกจากจะมีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นสวนสาธารณะแล้วยังเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้น โดยการรวบรวมพันธุ์สัตว์ทั้งสัตว์บก สัตว์น้ำ และแมลงต่างๆ มาไว้ใน กรุงเทพมหานคร

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญผู้แทนประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นด้านธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองต่างๆ สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9 สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก สยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำไฟโรโระ สวนเฉลิมหล้า คลองพระโขนง โลกใต้น้ำสยามพารากอน สวนนาคราภิรมย์ สวนหลวงพระราม 8 เอเชียปาร์คอวเวอร์ ภูมิใจการ์เด็นท์ สวนราชพฤกษ์คลองจั่น คลองผดุงกรุงเกษม สวนงูชนบุรี ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ที่แปลกตาและไม่น่าเชื่อว่าจะถูกรวบรวมไว้ในกรุงเทพมหานคร ที่เชื่อว่าผู้มาเยือนจะได้สัมผัสกับความหลากหลายทางธรรมชาติใน กรุงเทพมหานคร

ผู้แทนภาควิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นด้านธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สวนสาธารณะ เช่น สวนหลวง ร.9 สวนบางกระเจ้า แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่ สวนจตุจักร สวนลุมพินี เจ้าพระยาสกายพาร์ค สวนปทุมวนานุรักษ์ แบงคอกซีเครตการ์เด็นท์ ตามลำดับ โดยผู้แทนภาควิชาการได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า กรุงเทพมหานคร มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของสวนสาธารณะ และธรรมชาติที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อคนเมือง ที่ช่วยให้คนที่อยู่ใจกลางเมืองสามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายไปใช้พื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า

“.....การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ‘โครงการกรุงเทพฯ 250’ โดยมีเป้าหมายที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของผังเมืองกรุงเทพฯ ในอีก 20 ข้างหน้า ซึ่งจะตรงกับวาระเฉลิมฉลอง 250 ปี ในการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เจ้าพระยาสุรายุทธปาโร เป็นโครงการที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาโครงสร้างเก่าของโครงการรถไฟฟ้าลาวาลิน ที่ถูกทิ้งร้างนานกว่า 30 ปี จนกลายเป็นสวนลอยฟ้าข้ามแม่น้ำแห่งแรกของโลก”

“.....พูดไปใครจะเชื่อว่ากรุงเทพฯ ก็มีป่า แถมยังเป็นป่าที่อยู่ในกรุง ซึ่งมีหลายแห่งที่เปิดให้บริการประชาชนในรูปแบบของสวนสาธารณะ ให้เป็นปอดของคนกรุงเทพฯ เปิดให้คนมาเที่ยวชมและเรียนรู้ธรรมชาติ ออกกำลังกาย และยังเหมาะที่จะเป็นที่เที่ยวใกล้บ้านที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายได้

“.....อยู่กรุงเทพ อยากได้บรรยากาศดำนาก็ทำได้ โลกใต้น้ำทำให้ไม่ต้องไปไกล พาผู้สูงอายุ เด็ก ไปเที่ยวเรียนรู้โลกใต้ทะเล”

“.....เรียกได้ว่ากรุงเทพฯ มีสวนสาธารณะ และธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้นหลากหลาย มีการเพาะเลี้ยงสัตว์ และแมลง นานาพันธุ์ นอกจากนี้ยังมีพันธุ์ไม้ที่หลากหลายเหมาะกับการเรียนรู้ด้านพฤกษศาสตร์”

“..... อยากเที่ยวธรรมชาติ กรุงเทพฯก็มีนะ ทั้งทะเล แม่น้ำ ลำคลอง....”

“.....กรุงเทพฯ ก็มีบรรยากาศสบายๆ เจียบสงบใจกลางกรุงเทพ ทำให้ไม่อึดอัด ถ่ายรูปสวยปังมาก แถมมองไปทางไหนก็เห็นต้นไม้สีเขียวร่มรื่นไปหมด เหมือนได้ไปพักผ่อนต่างจังหวัดเลย ส่วนกลาง....”

ผู้วิจัยพบว่าจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นสอดคล้องกัน ในกรุงเทพมหานคร โดยมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันบ้างแต่ไม่มีความสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานครดังนี้ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่ สวนบางกระเจ้า สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9 สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุกสยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำไฟโรโร และโลกใต้น้ำสยามพารากอน ตามลำดับ

2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวแสดงความความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม ดังนี้

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ด้านานแม่น้ำคพระโขง ละครชาติบางกอกถิ่นสนามควาย วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ วัดเล่งเน้งยี่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาด มิวเซียมสยาม ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์ ศาลท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ โบสถ์ชานตาครุช ประเพณีอัฐมีบูชา วัดदान เขตยานนาวา หรือพิพิธภัณฑ์เพลิงพระพุทธเจ้า สำนักดนตรีไทยพาทยโกศล วงปี่พาทย์พาทยโกศล วงดนตรีไทย-บ้านพาทยโกศล สำนักดนตรีไทยหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) โบสถ์กาลหว่าร์ หรือวัดแม่พระลูกประคำ ธนาคารไทยพาณิชย์ (ตลาดน้อย) ศาลเจ้าโรงเกือก และตึกแถวเก่าถนนทรงวาด เรือนหมอเพ็ญญา พิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทย พิพิธภัณฑ์สร้อยยสังวาลย์ สวรรค์ พิพิธภัณฑ์สวรรค์สว่างไสว ตามลำดับ โดยผู้แทนจากภาครัฐได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลาย โดยกรุงเทพมหานคร มีความผสมกลมกลืนกันทั้งด้าน ศาสนา ดนตรี ละครร้องรำต่างๆ รวมถึงสถาปัตยกรรมในกรุงเทพมหานคร ก็มีความหลากหลาย และยังมีพิพิธภัณฑ์หลายรูปแบบให้ได้ศึกษาเรียนรู้ ทั้งด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ชนมฝรั่งกุฎีจีน ตรอกละครวัดแค นางเลิ้ง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์ วัดเล่งเน้งยี่ ศาลท้าวมหาพรหม และศาลเจ้าพ่อเสือ ชั้นลงหินบ้านบุ ทะแยมอญ (ชุมชนบางกระดี) ยาหอมตำหรับหมอหวาน บาตรบ้านบาตร ขอบานกระยาสารทคลองบ้านไทร (กระยาสารทคลองบ้านไทร) ด้านานจระเข้ดาวคะนอง ตามลำดับ โดยผู้แทนจากภาคเอกชนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร มีทั้งงานฝีมือ ชุมชนที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง โดยผู้แทนจากเอกชนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครนอกจากจะมีวัด อารามแล้วยังมีอาหาร งานฝีมือ และยาแผนไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่

ผู้แทนภาคประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาควิชาการมีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ วัดอรุณราชวราราม วัดพระศรีรัตน ศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดเบญจมบพิตร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียมสยาม ย่าน เมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์ วัดเล่งเน้งยี่ ศาลเจ้าพ่อเสือ ศาลท้าวมหาพรหม และโบสถ์ชานตาครุช ประเพณีชักพระวัดนางชี ตามลำดับ โดยผู้แทนจากประชาชนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมใน กรุงเทพมหานคร มีความโดดเด่นแบบผสมผสานทั้งในรูปแบบของชุมชน ความเชื่อ

ผู้แทนภาควิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักวิชาการมีความ คิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียมสยาม ชุมชนไชน่า ทาวน์ วัดเล่งเน้งยี่ ศาลเจ้าพ่อเสือ และโบสถ์ชานตาครุช ตำนานท่าเตียน ยักษ์วัดโพธิ์ ยักษ์วัด แจ้ มวยไทย ผ้าไหมบ้านครัว การทำขนมตึงตึง ศิลปะป้องกันตัว ค่ายพระยาตาก (หนองแขม) ตามลำดับ โดยผู้แทนจากภาควิชาการได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่น ทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครมีความโดดเด่นในด้านเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ศิลปะด้าน ต่างๆ

โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า

“..... แม้ว่าวัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง จะมีความโดดเด่น ทางด้านวัฒนธรรม ที่นอกเหนือจากความสวยงามแล้วยังมีประวัติศาสตร์ ที่ทำให้คนไทยปราบ ปลี้ม เช่นเดียวกับวัดใกล้เคียงอย่างวัดโพธิ์ หรือวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามที่ประชาชนที่มา สัมผัสความสวยงามของสถาปัตยกรรมแล้ว ยังได้นวด หรือเรียนรู้การนวดตามแบบฉบับของ วัดโพธิ์ด้วย...”

“..... วัฒนธรรมก็เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ที่แต่ละชุมชนต่างมีอัตลักษณ์ และ ตำนาน ที่แตกต่างกัน ”

“..... พุทธศาสนากับสังคมไทยมีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น และมีความ สำคัญต่อวิถีชีวิตของคนไทยอย่างยาวนานตั้งแต่โบราณกาลถึงปัจจุบัน โดยจะเห็น ค่านิยมของชาวไทยส่วนใหญ่ที่ให้ความสำคัญต่อพุทธศาสนาและมีการทำบุญบำรุงสร้าง ศาสนสถานมากมาย...”

“..... นอกเหนือไปจากจากวัดวาอาราม หรือชุมชนที่ตั้งรกรากมาอย่าง ยาวนานในกรุงเทพมหานครแล้ว ยังมีโบสถ์ที่เป็นอีกตำนานทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร ด้วย”

“.....เมื่อก่อนถ้าพูดถึง ผึ้งชนฯ อาจารู้สึกและไม่มีอะไรน่าค้นหา แต่จริงๆ แล้วในความเรียบง่ายที่เราเห็นมันเต็มไปด้วยเรื่องราว ที่เกิดขึ้นท่ามกลางวิถีชีวิตดั้งเดิมของผู้คน ร่วมกับความเจริญที่นำไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ เข้ามาผสมผสานอย่างกลมกลืน...”

ผู้วิจัยพบว่าจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร ที่มีความโดดเด่น สอดคล้องกัน โดยมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑวังสวนผักกาด มิวเซียมสยาม ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์ วัดเล่งเน่ยยี่ ศาลท่าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ และโบสถ์ซานตาครุซ ตามลำดับ

2.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักวิชาการแสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม ดังนี้

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรมที่โดดเด่น ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ กิจกรรมปีใหม่ สวดมนต์ข้ามปี แข่งเรือยาวประเพณีแม่น้ำเจ้าพระยา งานพรรณไม้งาม อร่ามสวนหลวง ร.9 ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือวัดสุทธาโภชน์ วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา และออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ถนนข้าวสาร ลอยกระทง เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มหกรรมผลไม้ไทย มอเตอร์โชว์ ทำขวัญข้าว (เขตลาดกระบัง) พิธีถวายสัตย์ปฏิญาณ วันราชวัลลภ พระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนิน ถวายผ้าพระกฐิน โดยกระบวน พยุหยาตราชลมารค พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ตามลำดับ โดยผู้แทนภาครัฐได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ทรัพยากรที่โดดเด่น นอกจากเทศกาลที่มีกิจกรรมสำหรับประชาชนแล้ว ยังมีพระราชพิธีต่างๆที่สวยงาม หาดูไม่ได้ที่ใดในโลก

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่น ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ ประเพณีรดน้ำขอพรผู้ใหญ่ ลอยกระทง เทศกาลกินเจ เทศกาลตรุษจีน มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย และมหกรรมผลไม้ไทย งานว่าวนานาชาติ ประเพณีสงกรานต์วิสุทธิกษัตริย์ มหกรรมช้อปปิ้งแห่งเอเชีย สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ มอเตอร์โชว์ ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคเอกชน ยังได้แสดงความคิดเห็นด้วยว่า นอกจากประเพณีที่

สำคัญ ที่มีการจัดกิจกรรมต่างๆ สำหรับประชาชนแล้ว ยังมีการจัดงานมหกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ และเป็นที่ยังคงดู นักท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์วิสุทธิกษัตริย์ เป็น กิจกรรมที่เก่าแก่ ที่ทำให้สามารถรำลึกถึงการอนุรักษ์ ประเพณีโบราณได้เป็นอย่างดี

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ประเพณี วันสงกรานต์ถนนข้าวสาร ประเพณีลอยกระทง เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย วันวิสาขบูชา ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคประชาชน ได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า แม้ว่าจะมีเทศกาล มหกรรมในกรุงเทพฯ ยังมีประเพณีที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา ซึ่งถือว่าเป็นประเพณีที่เก่าแก่ ที่ควรสืบทอดต่อ ไปยังรุ่นสู่รุ่น

ผู้แทนภาควิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักวิชาการเห็นมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ถนนข้าวสาร ลอยกระทง เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ ประเพณีใส่บาตรดอกไม้ วัดบวรนิเวศฯ ไล่ชิงช้า (วัดสุทัศน์) งานนมัสการพระบรมบรรพต หรืองานวัดภูเขาทอง ตักบาตรเทโวโรหณะ ตามลำดับ ผู้แทนภาควิชาการ อย่าง แสดงความเห็นด้วยว่า เชื่อว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในกรุงเทพฯ จะเห็นกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ ซึ่งกิจกรรมบางอย่างไม่มีที่ใด ในประเทศไทย เช่นการไล่ชิงช้า หรือ แม้กระทั่งงานวัดภูเขาทอง

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“.....วันเข้าพรรษา นอกจากต้องเตรียมแห่เทียนเข้าวัดแล้ว บางคนยังต้องเตรียมดอกไม้เพื่อถวายบูชาพระ ซึ่งเป็นอีกประเพณีหนึ่งที่สืบทอดกันมาช้านาน การถวายดอกไม้เพื่อบูชาพระจะทำเป็นพิธีใหญ่ และสืบทอดกันมาจนกลายเป็นประเพณีประจำถิ่น เรียกว่า “ประเพณีใส่บาตรดอกไม้” หรือ “ประเพณีตักบาตรดอกไม้” และเป็นประเพณีใส่บาตรดอกไม้ในกรุงเทพมหานคร มีเพียงแห่งเดียวที่วัดบวรนิเวศวิหาร...”

“.....รู้สึกมหัศจรรย์และหลงใหลไปกับวัฒนธรรมและประเพณีที่ไม่ควรพลาด ในกรุงเทพ กรุงเทพเป็นแหล่งรวมความเป็นอารยธรรมโบราณของวัฒนธรรมไทยสมัยก่อน ซึ่งเป็นที่นาตื่นตาตื่นใจและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก....”

“.....เสาชิงช้ามีความเกี่ยวข้องกับชีวิตชาวไทย เนื่องจากเมื่อสร้างกรุงเทพฯ เสร็จจึงได้มีการสร้างบพพราหมณ์และเสาชิงช้า ซึ่งก่อให้เกิดประเพณีไล่ชิงช้า ซึ่งเป็นประเพณีที่เก่าแก่ ของคนกรุงเทพฯ”

“.....กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ที่สามารถจัดกิจกรรม มหกรรมได้หลากหลาย และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เห็นได้ว่างานมอเดิร์นโชว์ นอกจากนี้จะไปดูรถหลากหลายประเภท แล้วยังได้ดู พรีดีด้วย.....”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่น สอดคล้องกัน โดยมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรมที่โดดเด่น ได้แก่ วันวิสาขบูชา วันเข้าและออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ถนนข้าวสาร ลอยกระทง เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มหกรรมช้อปปิ้งแห่งเอเชีย และมหกรรมผลไม้ไทยตามลำดับ

2.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ศิลปะไทย ไหว้พระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพุทธวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ ช้อปปิ้งย่านสุขุมวิท เทียวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด เยี่ยมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะ (Linked Art) นวดไทย สปา คัลยกรรมความงาม ศึกษาสมุนไพรไทย ทริตเมนต์สุขภาพ ด้วยสมุนไพรไทย ตามลำดับ โดยผู้แทนภาครัฐให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า กรุงเทพมหานคร มีกิจกรรมหลายรูปแบบที่รัฐบาลเร่งเดินหน้าส่งเสริมเช่น Wellness Hub หรือแม้กระทั่งครัวไทยสู่ครัวโลก และยังมีตลาดต่างๆ ให้เลือกจับจ่ายสินค้าได้ตามความต้องการ

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ กิจกรรมโรงเตี๊ยมสนธิยา ไหว้พระ 9 วัด คนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพุทธวัฒนธรรมย่านธนบุรี ช้อปปิ้งย่านสุขุมวิท เทียวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด กิจกรรม GoSnoop (เซตพระนคร) กิจกรรม Total VR (VR Acade เอกมัย) พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร นวด สปา เยี่ยมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ คิดใหม่ (Awareness Café) เพลย์มอนโต บาวซ์ ไฟลท์เอ็กซ์พีเรียน ศูนย์การค้าเกตเวย์เอกมัย บอร์ดเกมอะคาเดมี มหานครสกายวอร์ค ตามลำดับ โดยผู้แทน

ภาคเอกชนให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมหลายอย่างให้เลือกตามชอบใจ สำหรับคนในแต่ละวัย

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ศิลปะไทยไหว้พระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ ซ้อปั้งย่านสุขุมวิท เที้ยวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด เยี่ยมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร สนามยิงปืน กรุงเทพฯ (ชอยอารีย์) ซึ่งรถสามล้อไฟฟ้า โมคาเบงคอก โยโมโนริ ออนเซนสปา ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคประชาชนให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่ากิจกรรมในกรุงเทพมหานครมีความน่าสนใจ อย่างเช่น ย่านเยาวราชนอกจากจะไปกินอาหารแล้วยังจะสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าจากประเทศจีน ยาจีน และยังสามารถไปสักการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดมังกรอีกด้วย

ผู้แทนนักวิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักวิชาการเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ปีนเขาจำลอง (Rock Domain Climbing) ไหว้พระ 9 วัด ร่วมวันสำคัญทางศาสนา วาดภาพและเครื่องปั้นดินเผา (Stella Hobby Lounge) ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ ซ้อปั้งย่านสุขุมวิท เที้ยวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพฯ เรียนมวยไทยที่หยกขาว เทรนนิ่งเซ็นเตอร์ โพลีวู้ดเฮาส์เบงคอก อีชีคาร์ตโก คาร์ต เรียนร่าไทย ดูดาวท้องฟ้าจำลอง จิมทอมสัน เพนท์บาร์เบงคอก ตามลำดับ โดยผู้แทนภาควิชาการยังให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ที่ยังเต็มไปด้วยวัดวาอาราม บ้านไม้ชั้นเดียวเก่าแก่ ร้านรวงต่างๆ ใกล้กันยังมีตลาดที่จอบแจไปด้วยพ่อค้าแม่ขาย สะท้อนการใช้ชีวิตอย่างชัดเจน แต่ส่วนที่ตึกตักและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปของชุมชนริมคลอง และยังมีอีกหลายสถานที่ที่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ทั้งด้านงานศิลปะ หลงใหลธรรมชาติ และบรรยากาศอันเงียบสงบ

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“.....ก็มีหลายกิจกรรมในกรุงเทพ นอกจากไหว้พระ 9 วัดแล้ว หากชอบความสบายผ่อนคลายก็ไป นวด ไปสปา ก็ได้ผ่อนคลายอีกแบบ...”

“....กิจกรรมในเมืองก็ทั้งกิน ช้อป ใช้ กรุงเทพ มีตลาดน่าสนใจหลายที่ มีอาหารแปลกๆขาย อย่างตลาดจอร์จแพร์ ห้วยขวาง นับเป็นแหล่งอาหารที่ถูกรวบรวมมาจากหลายที่ เช่น ข้าวเกรียบเกาหลี หรือ เซมเบ้ แพนใหญ่กว่าหน้าอีก.....”

“....ไม่ใช่สายกีฬา พี่แต่ชอบความสบายผ่อนคลาย การแช่ออนเซ็นที่ยูโนะโมะริออนเซ็น ในกรุงเทพฯ ก็เป็นอีกที่ที่บรรยากาศเหมือนญี่ปุ่น ถ้าใครชอบการผ่อนคลายก็เป็นอีกทางเลือก”

“....ฝั่งธนฯ อาจจะรู้สึกไกลและไม่มีอะไรน่าค้นหา แต่จริงๆ แล้วในความเรียบง่ายที่เราเห็นมันเต็มไปด้วยเรื่องราวอันมีเสน่ห์ ที่เกิดขึ้นท่ามกลางการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของผู้คน ผสมผสานกับความเป็นอยู่อย่างถ้อยที่ถ้อยอาศัย ร่วมกับความเจริญที่นำไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ เข้ามาผสมผสานอย่างกลมกลืน....”

“....ไปเยาวราชก็ได้ดูวิถีชีวิตคนจีนในชุมชนเก่า แต่ชุมชนจีนอีกแห่งที่ยังมีเสน่ห์ เหมือนจะเป็นห้วยขวาง ที่เมื่อมาเยือนแล้วเหมือนมาเที่ยวประเทศจีน”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่โดดเด่นสอดคล้องกันโดยมีนัยสำคัญในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ศิลปะไทยไหว้พระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพุทธวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ ช้อปปิ้ง ย่านสุขุมวิท เที้ยวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด เขียมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร นวดไทย สปา ตามลำดับ

2.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ ดังนี้

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ โรงพยาบาล การรักษาด้วยการแพทย์แผนตะวันตก สปา นวดไทย มีระบบสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi การคมนาคม ได้แก่

รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบินเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวก สนามบิน มีล้อ ราง เรือและอากาศ ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา อย่างเพียงพอ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผ่นพับ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้ เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง อารยสถาปัตยกรรม รถเมล์ซานต้า ลิฟต์ผู้พิการ ทางลาด ที่จอดรถ สำหรับผู้พิการ ตามลำดับ โดยผู้แทนภาครัฐยังเพิ่มเติมด้วยว่า กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย โดยเฉพาะการเดินทางที่สะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และรัฐบาลยังได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ล้อ ราง เรือ เชื่อมต่อเพื่อให้เกิดการ เชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรบริการที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ มีระบบสาธารณูปโภค อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวกและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi การคมนาคม เข้าถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวก มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ มีภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผ่นพับ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้า ร้านนวด สปา ตามลำดับ โดยผู้แทน ภาคเอกชนยังกล่าวเพิ่มเติมด้วยว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในกรุงเทพฯ มีหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การคมนาคม ถนนหนทาง สัญญาณที่ศัพท์ที่เข้าถึงทุกพื้นที่ รวมถึงร้านค้าที่หลากหลาย สามารถจับจ่ายซื้อสินค้าได้ตั้งแต่ตลาดสด ไปจนถึงสินค้าในห้างสรรพสินค้า

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรบริการที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ มีระบบสาธารณูปโภค มีอินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก มีการคมนาคม ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผ่นพับ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้า ตามลำดับ โดยผู้แทนภาคประชาชน ยังแสดงความเห็นด้วยว่า

ผู้แทนภาควิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักวิชาการมีความ คิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ มีระบบสาธารณูปโภค ป้ายบอกทาง มีสัญญาณ wi-fi การคมนาคมสะดวก ล้อ ราง เรือ เครื่องบิน มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ทุกระดับ มีศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผ่นพับ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านค้า

ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก นวดไทย ตามลำดับ โดยผู้แทนภาควิชาการให้ความเห็นเพิ่มเติมด้วย ว่า กรุงเทพมหานครเดินทางสะดวก ไม่ว่าจะเป็น BTS MRT Airport rail link รถประจำทาง เรือ หรือแม้กระทั่ง Grab ก็ทำให้เดินทางไปไหนก็สะดวก อีกทั้งยังมีทางเชื่อม Skywalk นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สปา ฟิตเนส และหลากหลายที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีวันพักผ่อนประทับใจ....”

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“...กรุงเทพมหานครไปไหนก็สะดวก มาสาธารณูปโภคครบครัน เที่ยวกรุงเทพ ไม่ต้องมีรถส่วนตัวก็สามารถเที่ยวได้...”

“...สะดวกอยากหาสินค้าประเภทไหนก็สะดวก มีอาหารกินตลอด เลือกรับได้ ตั้งแต่ร้านขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ ไปจนถึงตลาด ร้านอาหารก็เยอะหากอยู่แถวห้วยขวางก็มีของกินตลอด 24 ชั่วโมง...”

“...นึกถึงสมัยเข้ากรุงเทพฯใหม่ๆ ก็นานแล้ว สมัยนั้น นั่งรถเมล์ เรือ เที่ยวในกรุงเทพฯก็สะดวก แต่สมัยนี้เพิ่มเติมคือมีรถไฟฟ้า มีอินเทอร์เน็ตใช้...”

“...กรุงเทพฯ สะดวกดีนะที่พิกให้ฟิลสบายๆ ชิลๆ เหมือนอยู่บ้านตัวเอง เอาไว้เปลี่ยนที่นอน เพราะอยู่แต่บ้านละมันน่าเบื่อเหลือเกิน เห็นภาพบรรยากาศเดิมๆ ในห้องสี่เหลี่ยมอาจจะทำให้สมองตื้อ คิดงานไม่ออกได้ในช่วง Work From Home ได้ไปลองเปลี่ยนบรรยากาศดู ยิ่งสัมผัสได้ว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสุดๆ...”

“.... บริการ ไม่เฉพาะเส้นทางคมนาคมเท่านั้น โรงแรม นวด สปา ก็เป็นอีกจุดเด่นของการบริการในกรุงเทพฯ...”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกันโดยมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ มีระบบสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi การคมนาคม ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบินเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวก สนามบิน มีล้อวาง เรือและอากาศ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา อย่างเพียงพอ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้า โรงพยาบาล สปา ร้านนวด ตามลำดับ

รายงานผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ

2.1.1 แม่น้ำเจ้าพระยา



ภาพ 6 แม่น้ำเจ้าพระยา

ที่มา: เทพิน ไคร์วานิช

ที่ตั้งและการเข้าถึง

แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแม่น้ำที่ไหลลงมาจาก แม่น้ำปิง และ แม่น้ำน่าน ไหลมาบรรจบกันที่ ตำบลปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งได้ไหลผ่านมาหลายจังหวัดรวมถึง กรุงเทพฯ ก่อนที่จะออกสู่อ่าวไทย ในกรุงเทพมหานครครอบคลุมเขตต่างๆ ที่ตั้งอยู่ฝั่งธนบุรี และฝั่งพระนคร สามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ เรือ

ประวัติความเป็นมา

แม่น้ำและลำคลองน้อยใหญ่ล้วนมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของทุกชีวิต เป็นแหล่งน้ำใช้อุปโภคบริโภคและการ เกษตร ในอดีตใช้เป็นเส้นทางคมนาคม และยังเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเมืองหลวงของไทยใน ปัจจุบัน มีคลองหลายแห่งที่ขุดขึ้นเพราะเหตุผลนี้ จำนวนคลองที่มากมายนั้นทำให้เราได้รับการขนานนามว่าเป็น “เวนิสตะวันออก” ลำคลองเหล่านี้มีแหล่งกำเนิดมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา

แม่น้ำเจ้าพระยาเกิดจากแม่น้ำปิงและแม่น้ำน่านไหลมาบรรจบกันที่ตำบลปากน้ำโพ บริเวณด้านหน้าเขื่อนในตัวเมือง จ.นครสวรรค์ บริเวณนั้นจะมองเห็นความแตกต่างของสายน้ำทั้งสองได้อย่างชัดเจน คือ แม่น้ำน่านจะมีสีค่อนข้างแดง และแม่น้ำปิงจะเป็นสี

ค่อนข้างเขียว เมื่อไหลมาบรรจบกันแล้วจึงค่อยๆ รวมตัวกันกลายเป็นแม่น้ำสายใหญ่ที่สำคัญของประเทศ ไหลผ่านจังหวัดต่างๆ ในภาคกลาง เรื่อยมาจนถึงกรุงเทพมหานคร และลงสู่ทะเลอ่าวไทยที่ อ.ปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ มีความยาวประมาณ 370 กิโลเมตร แม่น้ำเจ้าพระยาสายปัจจุบันนั้นบางช่วงคือ คลองที่ขุดลัดแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า เนื่องจากสายน้ำไหลคดเคี้ยวมากจึง ต้องขุดคลองลัดขึ้นมา เพื่อให้เดินทางสะดวกรวดเร็วขึ้น การขุดคลองนั้นมิได้อยู่สามสมัย ได้แก่

ครั้งแรก ขุดในสมัยของสมเด็จพระชัยราชา ขุดตั้งแต่คลองบางกอกน้อย บริเวณหน้าสถานีรถไฟบางกอกน้อย ไปถึง คลองบางกอกใหญ่ บริเวณหน้าวัดอรุณราชวราราม เพื่อความสะดวกในการค้าขายซึ่งสมัยนั้นจะติดต่อกับโปรตุเกส และจีน

ครั้งที่สอง ขุดในสมัยพระมหาจักรพรรดิ ขุดคลองบางกอกน้อยเชื่อมสายในระหว่างคลองบางกอกน้อย ส่วนที่เป็น แม่น้ำเจ้าพระยาเดิมตรงวัดสุวรรณคีรีกับคลองบางกอกน้อยตรงวัดชะลอม

ครั้งที่สาม ขุดในสมัยพระเจ้าปราสาททองจากวัดเฉลิมพระเกียรติมาเชื่อมกับปากคลองบางกอกน้อยในปัจจุบัน (แม่น้ำ เจ้าพระยาเดิม) สองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีสถานที่ที่น่าสนใจมากมาย เราอาจจะเคยล่องเรือไปตามแม่น้ำสายนี้และชื่นชมกับวิถีของชีวิตผู้คน บ้านเรือนรูปร่างแปลกตาตามชุมชนต่างๆ วัดวาอารามและบรรยากาศที่เย็นสบาย

ความสำคัญและลักษณะเด่น

แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำที่สวยงาม และกว้างขวางและยาวมากที่สุดในกรุงเทพมหานคร และเป็นแม่น้ำที่สำคัญตั้งกลางใจเมือง การเดินทางสะดวกมาก

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สามารถเที่ยวกลางกรุง วัด วัง ห้าง เดินทางจุดต่อจุดได้ทั้งทางรถ ทางเรือ หากมาสนามหลวง เดินมาลงเรือด่วนเจ้าพระยา มาแวะห้างใหม่ ไอคอนสยาม หรือเอเชียทีค ได้เลย โรงแรมหรู วิถีคนเมืองใหญ่ ศึกษาจากชุมชนริมน้ำเจ้าพระยาได้ ผลรวม แม่น้ำสาย ปิง วัง ยม น่าน เส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงเมืองไทย ชื่นชมวิถีธรรมชาติ เมืองหลวงของไทย มานั่งเรือข้ามฟาก หรือทานอาหารเย็นบนเรือสักครั้ง จะดื่มด่ำกับความยิ่งใหญ่ของสายน้ำแห่งนี้

สภาพปัจจุบัน

เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติที่สมบูรณ์ ประวัติศาสตร์ของชาติตลอดจนให้บริการทางวิชาการและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเรียนรู้ระบบนิเวศ และสามารถล่องเรือชมทิวทัศน์อันสวยงามของกรุงเทพมหานคร ริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีความสวยงามทั้งในเวลา

กลางวัน และกลางคืน

อุปสรรคและปัญหา

การสัญจรในการเดินทางไปถึงแม่น้ำเจ้าพระยาบางจุด อาจมีปัญห
การจราจรติดขัด ต้องเผื่อระยะเวลาในการเดินทาง บางจุดของแม่น้ำมีขยะ และวัชพืช

แนวทางการพัฒนา

ควรมีการรณรงค์ให้ประชาชน โรงงานอุตสาหกรรม เกิดความตระหนักและ
รักษาสีสิ่งแวดล้อม และพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruising) ในแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อชมทิวทัศน์
ริมฝั่งแม่น้ำ และล่องเรือสำราญ เพื่อรับประทานอาหาร (Dinner Cruising)



2.1.2 สวนลุมพินี



ภาพ 7 สวนลุมพินี

ที่มา: www.greatons.com ; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

สวนลุมพินี ตั้งอยู่แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร พื้นที่ 360 ไร่ ด้านทิศเหนือ ติดถนนสารสิน ทิศใต้ ติดถนนพระรามที่ 4 ทิศตะวันออก ติดถนนวิฑู และทิศตะวันตก ติดถนนราชดำริ เดินทางได้โดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ รถไฟฟ้ามหานคร สถานีสีลม และสถานีลุมพินี รถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีราชดำริ และสถานีศาลาแดง

ประวัติความเป็นมา

สวนลุมพินีเป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร เป็นพระราชมรดกที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานไว้แก่ชาวพระนคร โดยมีจุดเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2468 ซึ่งเป็นปีที่พระองค์ทรงครองราชสมบัติครบ 15 ปี ประกอบกับเศรษฐกิจตกต่ำหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง จึงมีพระราชดำริที่จะจัดงานแสดงพิพิธภัณฑ์สรรพสินค้าและทรัพยากรธรรมชาติ ดังเช่นประเทศตะวันตกที่ทำได้ผลมาแล้ว โดยกำหนดจัดในฤดูหนาวปลายปี พ.ศ. 2468 เรียกว่า งานสยามรัฐพิพิธภัณฑ์ และมีพระราชดำริว่าเมื่อเลิกการจัดงานแล้ว สถานที่นั้นควรจัดทำเป็นสวนพฤกษชาติ เพื่อให้ประชาชนได้ศึกษาและใช้พักผ่อน โดยทรงเลือกบริเวณทุ่งศาลาแดง ซึ่งเป็นที่ดินส่วนพระองค์ที่เหลือจากการแบ่งไปให้เป็นพื้นที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไปแล้ว เป็นที่จัดงานและทรงสละพระราชทรัพย์เป็นทุนประเดิมในการเตรียมสถานที่ ครั้งนั้นมีการขุดสระกว้าง สร้างเกาะลอยกลางน้ำ ตัดถนน และสร้างถาวรวัตถุ เช่น หอนาฬิกา ดิग्แบบกรีก ทรงพระราชทานชื่อว่า สวนลุมพินี ซึ่งหมายถึงสถานที่ประสูติแห่งพระโคตมพุทธเจ้า ณ ตำบลลุมพินีวัน ประเทศเนปาล แต่เนื่องด้วยพระองค์เสด็จสวรรคตก่อนกำหนดเปิด งานจึงต้องล้มเลิกงานไป

ต่อมา พ.ศ. 2478 หม่อมหลวงวงรี เดชาติวงศ์ นายช่างชั้น 1 กองช่างนคราธร จึงเข้าปรับปรุงให้เป็นสวนสาธารณะ ติดต่อนายโอบุนไ้้ว เศรษฐีจากสิงคโปร์ให้ช่วยสร้าง สนามกีฬาสำหรับเด็กขึ้น และจัดตั้งสวนเพาะชำขยายพันธุ์ไม้สำหรับตกแต่งกรุงเทพมหานคร เป็นที่จัดงานระดับชาติเช่นงานฉลองรัฐธรรมนูญ ประภวคนางสาวไทย มีการวางรางรถไฟเล็ก รวมทั้งเป็นที่จัดงานลอยกระทง งานวันเด็ก และจัดรายการโชว์จากต่างประเทศต่างๆ

ความสำคัญและลักษณะเด่น

สวนลุมพินี หรือที่นิยมเรียกสั้นๆ ว่า สวนลุม เป็นสวนสาธารณะระดับย่านเมือง และถือเป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2468 ตั้งอยู่บนถนนพระรามที่ 4 ล้อมรอบด้วยถนนวิฑู ถนนราชดำริ และถนนสารสิน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ก่อสร้างในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ในที่ดินเดิมเนื้อที่ 360 ไร่ ณ ท้องศาลาแดง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) พระราชทานไว้สำหรับสร้าง "สยามรัฐพิพิธภัณฑ์" เพื่อจัดแสดงสินค้าไทยเป็นครั้งแรก และจัดให้เป็น "สวนสาธารณะ" สำหรับประชาชน พร้อมทั้งพระราชทานนามว่า "สวนลุมพินี" ซึ่งเป็นชื่อสถานที่ประสูติของพระโคตมพุทธเจ้าในประเทศเนปาล แต่พระองค์เสด็จสวรรคตก่อนจึงไม่แล้วเสร็จ

ในปี พ.ศ. 2568 สวนลุมพินีจะมีอายุครบ 100 ปี กรุงเทพมหานคร จึงมีการปฏิวัติทัศน์และปรับปรุงทัศนียภาพต่างๆ ภายในสวนให้ทันสมัยครบรอบ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

สวนลุมพินีเป็นสวนสาธารณะสำหรับทำกิจกรรมนันทนาการต่างๆ การออกกำลังกายเช่น เดิน วิ่ง โยคะ ไทเก๊ก เป็นต้น รวมถึงเป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ

สภาพปัจจุบัน

เป็นแหล่งรู้ระบบนิเวศที่น่าสนใจของนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย

อุปสรรคและปัญหา

การสัญจรในการเดินทางไปถึงสวนลุมพินี โดยรถยนต์ส่วนตัว อาจมีปัญหาการจราจรติดขัดบางเส้นทาง ต้องเผื่อระยะเวลาในการเดินทาง

แนวทางการพัฒนา

ในอนาคตควรมีการทำพื้นที่สีเขียว และปลูกไม้ยืนต้นเพื่อเป็นปอดของกรุงเทพมหานคร และสร้างเส้นทางศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพของภาคกลาง

2.1.3 สวนหลวง ร.9



ภาพ 8 สวนหลวง ร.9

ที่มา: สุรัตน์ ศรีถมยา

ที่ตั้งและการเข้าถึง

อยู่ในแขวงหนองบอน เขตประเวศ ทางตะวันออกของกรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา

สวนหลวง ร.9 จัดสร้างเพื่อสร้างเพื่อน้อมเกล้าฯน้อมกระหม่อมถวาย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในศุภมงคลสมัยเจริญพระชนมพรรษาครบรอบ 60 พรรษา ในวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2530 ปัจจุบันมี รศ.ดร.คุณหญิงสุมณฑา ศรีเพ็ญ เป็นประธานคณะกรรมการบริหาร สวนหลวง ร.9 ประกอบด้วย อาคารเทิดพระเกียรติรวมเรื่องราวพระราชกรณียกิจ และเครื่องใช้ส่วนพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สวนพฤกษศาสตร์ สวนรมณีย์ ตระพังแก้วเก็บน้ำ สวนน้ำ อาคารพันธุ์ไม้ทะเลทราย สนามราษฎร์และลานอเนกประสงค์ สำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ

ความสำคัญและลักษณะเด่น

เป็นสวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ ที่มีพื้นที่ประมาณ 500 ไร่ เป็นแหล่งรวมพันธุ์ไม้นานาชนิด

ภายในสวนประกอบด้วย

บริเวณเฉลิมพระเกียรติประกอบด้วยหอรัชมงคลและอุทยานมหาราช

ภายในหอรัชมงคลจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ และเครื่องใช้ ส่วนพระองค์ สวนพฤกษศาสตร์ เป็นวัตถุประสงค์สำคัญในการจัดสร้างสวนหลวง ร.9 แห่งนี้ เนื้อที่รวม 150 ไร่ มีการจัดพันธุ์ไม้หลักอนุกรมวิธานและนิเวศวิทยา และยังเป็นที่ยังรวบรวมไม้พันธุ์ต่างๆ ไทยรวมทั้งไม้ที่หายากและสมุนไพรต่างๆ พร้อมทั้งสวนนานาชาติ เช่น สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี ญี่ปุ่น และอังกฤษ เปิดให้เข้าชมตั้งแต่วันจันทร์-เสาร์ บริเวณนี้มีอาคารต่างๆ ดังนี้

หอพฤกษศาสตร์ เป็นที่เก็บรวบรวมตัวอย่างพันธุ์ไม้และเอกสารเกี่ยวกับพันธุ์ไม้

อาคารถกพระเกียรติ เป็นที่ประชุม สัมมนาทางวิชาการ และจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดปี

อาคารพันธุ์ไม้ทะเลทราย (จิโอเดสิกโดม) และภายนอกอาคารเป็นที่รวมพันธุ์ไม้ทะเลทราย และไม้อบน้ำต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อาคารพันธุ์ไม้ในร่ม ภายในอาคารปลูกประดับด้วยไม้ในร่มนานาชนิด นอกจากนี้ยังมีเรือนเฟิร์นและกล้วยไม้ สำหรับรวบรวมพันธุ์เฟิร์นและกล้วยไม้ชนิดต่างๆ

ตระพังแก้วเก็บน้ำมีเนื้อที่ 40 ไร่ เป็นที่พักเก็บน้ำ แก้ปัญหาน้ำท่วมขังบริเวณเมืองชั้นใน ใช้ประโยชน์เพื่อการกีฬาทางน้ำ ตลอดจนอนุรักษ์สัตว์น้ำ มีบริการเรือพาย และจักรยานน้ำ

สวนรมณีย์ เนื้อที่ 50 ไร่ เป็นการจัดสวนเพื่อเลียนแบบธรรมชาติท้องถิ่น มีน้ำตก ลำธาร ตกแต่งด้วยวัสดุ พันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ และสัญลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ บริเวณนี้ยังมีสวนจีน ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทยสร้างน้อมเกล้าฯ ถวายเป็นราชสักการะแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสวนเชิงผา

สวนน้ำ เนื้อที่ 40 ไร่ เป็นที่รวบรวมพันธุ์ไม้น้ำสวยงามหลากหลายชนิดปลูกไว้ในลำธาร และบริเวณริมสองฝั่ง

สนามราษฎร์ และ ลานอเนกประสงค์ เนื้อที่ประมาณ 70 ไร่ ประกอบด้วยพื้นที่ลานสนามกว้าง และเวทีกลางแจ้ง เป็นสถานที่จัดการแสดงทางวัฒนธรรมประเพณี และประกวดผลิตผลทางการเกษตร

อาคารพันธุ์ไม้ทะเลทราย เป็นที่รวบรวมพันธุ์ไม้ทะเลทราย และไม้อบน้ำทั้งของไทย และต่างประเทศ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

เป็นสถานที่ในการออกกำลังกาย เช่น วิ่งออกกำลังกาย ปั่นจักรยาน กระบี่ กระบอง ไทเก๊ก รวมถึงเป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ถ่ายรูป ระหว่างวันที่ 1-10 ธันวาคม ของทุกปีจะมีการจัดงาน งานพรรณไม้อร่ามสวนหลวง ร.9 จัดโดยมูลนิธิ สวนหลวง ร.9 ร่วมกับกรุงเทพมหานคร

สภาพปัจจุบัน

เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับพันธุ์ไม้ ระบบนิเวศที่น่าสนใจของนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย

อุปสรรคและปัญหา

การสัญจรในการเดินทางไปถึงสวนหลวง ร.9 เพิ่มจำนวนรถบริการสาธารณะ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง

แนวทางการพัฒนา

ควรมีเส้นทางการศึกษาธรรมชาติในสวนพฤกษศาสตร์แห่งนี้และยกระดับเป็น สวนพฤกษศาสตร์เขตร้อนแห่งโลก



2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

2.2.1 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม



ภาพ 9 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา: เว็บไซต์ประชาชาติ ; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร พิกัดภูมิศาสตร์
13.751391 °N 100.492519°E

ประวัติความเป็นมา

พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดพระศรีรัตนศาสดารามขึ้นพร้อมกับการสร้างพระบรมมหาราชวังและการสถาปนากรุงเทพมหานครเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 2325 โดยสร้างตามประเพณีการสร้างพระอารามหลวงในเขตพระราชวังที่มีมาตั้งแต่อดีต เช่น วัดมหาธาตุในพระราชวังกรุงสุโขทัย และวัดพระศรีสรรเพชญ์ในพระราชวังกรุงศรีอยุธยา ลักษณะสำคัญของพระอารามหลวงในพระราชวังคือ มีแต่เขตพุทธาวาส ไม่มีเขตสังฆาวาส

มูลเหตุแห่งการสร้างวัดพระศรีรัตนศาสดารามขึ้นนั้นเพื่อประดิษฐานพระพุทธรูปมหายานรัตนปฏิมากร หรือพระแก้วมรกต ซึ่งอัญเชิญมาจากกรุงศรีสัตนาคนหุตหรือประเทศลาว แล้วนำมาประดิษฐานไว้ที่โรงदानหน้าพระปราสาทวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชเสด็จเถลิงถวัลยราชสมบัติขึ้นเป็นพระปฐมบรมกษัตริย์แห่งพระบรมราชวงศ์จักรีแล้วโปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญพระพุทธรูปมหายานรัตนปฏิมากร เข้ามาประดิษฐานในพระอุโบสถพระอารามใหม่ ในวันจันทร์ที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2327 แล้วพระราชทานนามพระอารามว่า "วัดพระศรีรัตนศาสดาราม" เมื่อแรกสถาปนามีปูชนียสถานอันเป็นหลักสำคัญของพระอารามพร้อมบริบูรณ์ คือ พระเจดีย์ พระอุโบสถ พระวิหารและหอไตร

ส่วนพระระเบียงรอบบริเวณพระอารามนั้น น่าจะสร้างขึ้นแต่ในระยะแรกด้วย เป็นแนวระเบียงที่ต่างจากปัจจุบัน กล่าวคือ แนวพระระเบียงด้านตะวันออกและตะวันตกสร้างเป็นแนวตรง ยังมีได้ต่อคดขยายไป มีประตูเป็นทางเข้าออกสี่ด้าน ด้านตะวันออกมี 2 ประตู ตรงหน้าพระอุโบสถประตูหนึ่ง ตรงหน้าหอพระมณเฑียรธรรมออกมาตรงกับประตูสวัสดิโสภณที่กำแพงพระบรมมหาราชวังประตูหนึ่ง ด้านตะวันตกมี 3 ประตู ด้านเหนือมี 1 ประตู ใกล้กับประตูมณีนพรัตน์ที่กำแพงพระบรมมหาราชวัง ด้านใต้มี 1 ประตู ได้รับพระราชทานนามว่า ประตูศรีรัตนศาสตร์ ผนังพระระเบียงเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องรามเกียรติ์ตั้งแต่ต้นจนจบ

บริเวณถัดจากหอพระมณเฑียรออกไปในแนวเดียวกันตรงที่เป็นพระวิหารยอดในปัจจุบัน ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระวิหารสำหรับเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปเทพบิดรหรือพระเชษฐูปิตร เดิมประดิษฐานอยู่ที่ วัดพุทธโศภนาราม พระนครศรีอยุธยา แล้วพระราชทานนามพระวิหารตามพระพุทธรูปว่า หอพระเชษฐูปิตร เรียกกันสามัญว่า วิหารขาว ด้านตะวันออกของหอพระมณเฑียร ทรงสร้างพระเจดีย์ย่อมุมไม้สิบสองปิดทอง 2 องค์ ประดิษฐานอยู่มุมชั้นทักษิณด้านตะวันออกของปราสาทพระเทพบิดร

ความสำคัญและลักษณะเด่น

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า วัดพระแก้ว เป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325 เป็นวัดในพระบรมมหาราชวังเช่นเดียวกับวัดพระศรีสรรเพชญ์ ซึ่งเป็นวัดในพระราชวังหลวงในสมัยอยุธยา และมีพระราชประสงค์ให้วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร และเป็นสถานที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นวัดที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษาอยู่ เพราะมีแต่ส่วนพุทธาวาสไม่มีส่วนสังฆาวาส

ภายในวัดพระศรีรัตนศาสดารามมีอาคารสำคัญและอาคารประกอบเป็นจำนวนมาก จึงแบ่งกลุ่มอาคารออกเป็น 3 กลุ่ม ตามตำแหน่งและความสำคัญ ดังนี้ กลุ่มพระอุโบสถเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญสูงสุดมีพระอุโบสถเป็นอาคารประธานซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร ล้อมรอบด้วยศาลาราย พระโถงธรรมาสน์ หอราชพงศานุสรณ์ หอราชกรมานุสรณ์ หอระฆัง และหอพระคันธารราษฎร์

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ไหว้พระบูชาองค์พระแก้วมรกต ศึกษาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

สภาพปัจจุบัน

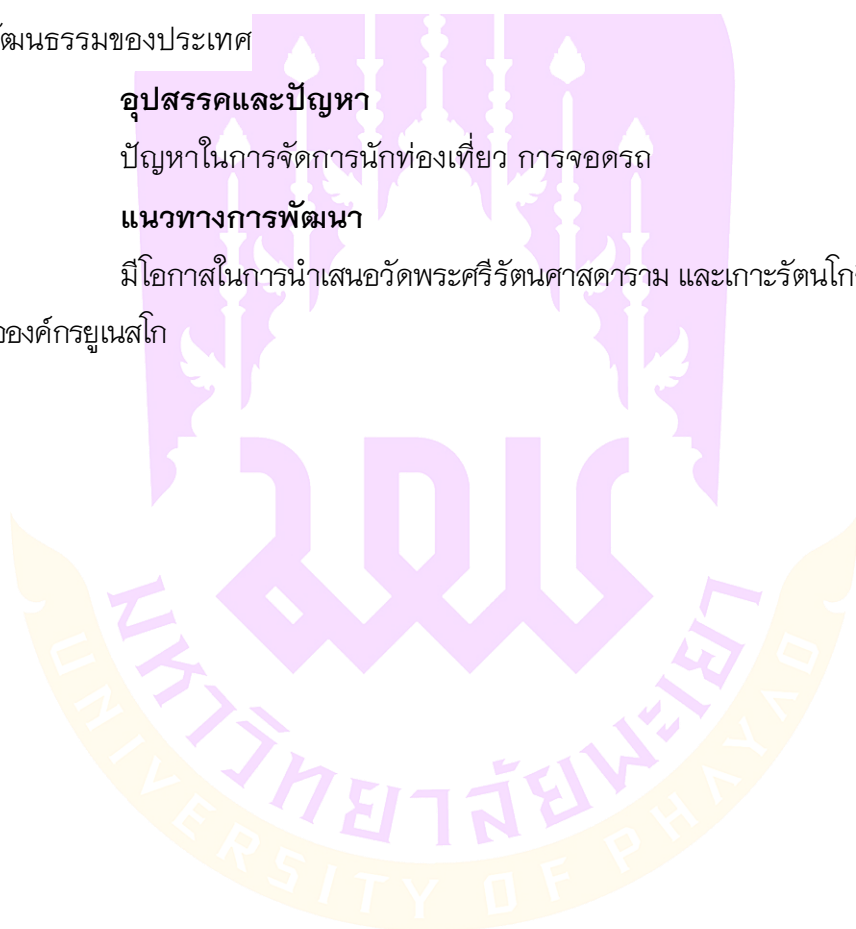
พระศรีรัตนศาสดารามได้รับการสถาปนาขึ้นภายในเขตพระบรม มหาราชวัง เพื่อใช้เป็นสถานที่ประกอบพระราชกุศลต่างๆ ของพระมหากษัตริย์และราชวงศ์ พิธีการต่างๆ ของพระบรมมหาราชวังรวมถึงพิธีกรรมทางศาสนาทั้งพิธีหลวงและพิธีราษฎร์ ตำแหน่งของวัด จึงต้องอยู่ส่วนพระราชฐานชั้นนอกที่สามารถให้ราษฎรเข้ามานมัสการพระแก้วมรกตได้ แต่ไม่สามารถเข้าถึงส่วนประทับของพระมหากษัตริย์ได้ จึงเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้าน ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาในการจัดการนักท่องเที่ยว การจอดรถ

แนวทางการพัฒนา

มีโอกาสในการนำเสนอวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และเกาะรัตนโกสินทร์เป็นมรดก โลกต่อองค์การยูเนสโก



2.2.2 วัดอรุณราชวราราม



ภาพ 10 วัดอรุณราชวราราม

ที่มา: <http://bit.ly/3IWzDPe> ; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ถนนวังเดิม แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ แขวงพระบรมมหาราชวัง
เขตพระนคร พิกัดภูมิศาสตร์ 13.743710°N 100.488966°E

ประวัติความเป็นมา

วัดอรุณราชวราราม หรือที่นิยมเรียกกันในภาษาพูดว่า วัดแจ้ง หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า วัดอรุณ เป็นวัดโบราณ สร้างในสมัยอยุธยา ที่ชื่อวัดแจ้ง เพราะ พระเจ้าตากฯ ทำศึกเสร็จ แล้วยกทัพกลับมาเป็นเวลาเช้าพอดี ว่ากันว่าเดิมเรียกว่า วัดมะกอก และกลายเป็นวัดมะกอกนอกในเวลาต่อมา เพราะได้มีการสร้างวัดขึ้นอีกวัดหนึ่งในตำบลเดียวกัน แต่อยู่ในคลองบางกอกใหญ่ ชาวบ้านเรียกวัดที่สร้างใหม่ว่า วัดมะกอกใน (วัดนवलนฤต) แล้วจึงเรียกวัดมะกอกซึ่งอยู่ปากคลองบางกอกใหญ่ว่า วัดมะกอกนอก ส่วนเหตุที่มีการเปลี่ยนชื่อเป็นวัดแจ้งนั้น เชื่อกันว่า เมื่อสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงตั้งราชธานีที่กรุงธนบุรีใน พ.ศ. 2310 ได้เสด็จมาถึงหน้าวัดนี้ตอนรุ่งแจ้ง จึงพระราชทานชื่อใหม่ว่าวัดแจ้ง แต่ความเชื่อนี้ไม่ถูกต้อง เพราะเพลงยาวหม่อมภิมเสน วรรณกรรมสมัยอยุธยาที่บรรยายการเดินทางจากอยุธยาไปยังเพชรบุรี ได้ระบุชื่อวัดนี้ไว้ว่าชื่อวัดแจ้งตั้งแต่นั้นแล้ว

ในสมัยรัตนโกสินทร์ รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอ เจ้าฟ้ากรมหลวงอิศรสุนทร ได้เสด็จมาประทับที่พระราชวังเดิม และได้ทรงปฏิสังขรณ์วัดแจ้งใหม่ทั้งวัด แต่ยังไม่ทันสำเร็จก็สิ้นรัชกาลที่ 1 สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมหลวงอิศรสุนทรได้เสด็จขึ้นครองราชสมบัติเป็นพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า

นภาลัย พระองค์ได้ทรงบูรณปฏิสังขรณ์วัดแจ้งต่อมา และพระราชทานนามใหม่ว่า “วัดอรุณราชอาราม” ต่อมาเมื่อมีพระราชดำริที่จะเสริมสร้างพระปราสาทหน้าวัดให้สูงขึ้น แต่สิ้นรัชกาลเสียก่อน จนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้เสริมพระปราสาทขึ้นและให้ยืมมงกุฎที่หล่อสำหรับพระพุทธรูปทรงเครื่องที่จะเป็นพระประธานวัดนางนองมาติดต่อบนยอดนภศูล ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้บูรณปฏิสังขรณ์วัดอรุณราชอารามหลายรายการ และให้อัญเชิญพระบรมอัฐิของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยมาบรรจุไว้ที่พระพุทธอาสน์ของพระประธานในพระอุโบสถด้วย เมื่อการปฏิสังขรณ์เสร็จสิ้นลง พระราชทานนามวัดใหม่ว่า “วัดอรุณราชวราราม”

ความสำคัญและลักษณะเด่น

วัดอรุณฯ มีความได้เปรียบในมิติทางการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวช่วงเทศกาล การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาด้านศิลปวัตถุ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญ วัดอรุณฯ เป็นสถานที่เป็นทั้งวัดในพระพุทธศาสนา และมีโบราณสถาน que แสดงถึงความเป้นเอกลักษณ์ของชาติไทยอย่างเด่นชัด สิ่ง que สร้างความดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวทั้งที่เป้นชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างเด่นชัด

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ไหว้พระบูชา ศึกษาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวช่วงเทศกาล การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาด้านศิลปวัตถุ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญ วัดอรุณฯ เป็นสถานที่เป็นทั้งวัดในพระพุทธศาสนา และมีโบราณสถาน que แสดงถึงความเป้นเอกลักษณ์ของชาติไทย

สภาพปัจจุบัน

วัดอรุณราชวราราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงพุทธ ศิลปะวัตถุงดงาม แสดงออกถึงความเจริญของชาติ

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาในการจัดการนักท่องเที่ยว การจอดรถ

แนวทางการพัฒนา

มีโอกาสพัฒนาเป็นมรดกโลก จากองค์กรยูเนสโก

2.2.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ



ภาพ 11 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ที่มา: Sand Man

ที่ตั้งและการเข้าถึง

แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร พิกัดภูมิศาสตร์ 13°45'33.1"N 100°29'38.4"E

ประวัติความเป็นมา

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์หรือที่เรียกกันว่าหอศิลป์ถนนเจ้าฟ้า นั้น เดิมเป็นอาคารที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในแง่เศรษฐกิจคือเป็นสถานที่ผลิตเงินตรา เรียกว่า “โรงกษาปณ์สิทธิการ” สร้างขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2445 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โรงกษาปณ์สิทธิการแห่งนี้สร้างขึ้นแทนโรงกษาปณ์เดิมที่อยู่ในพระบรมมหาราชวัง เมื่อแรกสร้างเป็นโรงกษาปณ์ที่ทันสมัยมาก เครื่องจักรต่างๆเป็นเครื่องจักรไฟฟ้าที่มาจากยุโรป สามารถผลิตเหรียญได้วันละ 80,000 – 100,000 บาท โดยได้มีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2445 และได้ใช้เป็นโรงกษาปณ์จนปี พ.ศ. 2511 จึงได้ย้ายไปที่ทำการใหม่ อาคารโรงกษาปณ์จึงถูกทิ้งให้รกร้าง จนกระทั่งกรมศิลปากรมีโครงการจัดตั้งหอศิลป์แห่งชาติแต่ยังขาดสถานที่ กระทรวงการคลังจึงได้มอบอาคารและที่ดินของโรงกษาปณ์เดิมให้แก่กรมศิลปากร เมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2517

ความสำคัญและลักษณะเด่น

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หรือ หอศิลป์เจ้าฟ้า เป็นหอศิลป์และเป็นหนึ่งในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติของประเทศไทย ตั้งอยู่ข้างสะพานพระปิ่นเกล้า ถนนเจ้าฟ้า เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ในอาคารที่เดิมเคยเป็นโรงพยาบาล ออกแบบโดยนายคาร์โล อัลเลกรี (Carlo Allegri) สถาปนิกชาวอิตาลี วัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นสถานที่เก็บรวบรวม และจัดแสดงผลงานศิลปะประเภททัศนศิลป์ ตลอดจนเป็นศูนย์ศึกษาวิจัยและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับศิลปะไทยประเพณีและร่วมสมัย

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ศึกษาแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะ ประเภททัศนศิลป์ ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะไทยประเพณีและร่วมสมัย ประเพณีไทยและร่วมสมัย

สภาพปัจจุบัน

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หรือ หอศิลป์เจ้าฟ้า ภายในจัดแสดงภาพศิลปะไทย จนถึงการถ่ายภาพบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกในคริสต์ศตวรรษที่ 19 รวมถึงผลงานร่วมสมัย ศิลปะจัดแสดงที่สำคัญ ได้แก่ พระบฏวัดดอกเงิน รูปแบบศิลปะสามารถกำหนดอายุอยู่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 21 พบในกรุเจดีย์วัดดอกเงิน อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จากการขุดสำรวจแหล่งโบราณคดีพื้นที่น้ำท่วมจากการสร้างเขื่อนภูมิพลเมื่อ พ.ศ. 2502 พบครั้งแรกในสภาพถูกม้วนกลมใส่ในหม้อดินร่วมกับพระพุทธรูปและของมีค่าต่างๆภายในพิพิธภัณฑสถานยังมีแบบร่างปฐมบรมราชานุสรณ์ ผลงานของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาในการจัดการนักท่องเที่ยว การจอดรถ

แนวทางการพัฒนา

มีโอกาสพัฒนาเป็นสถานที่ประวัติศาสตร์แห่งความทรงจำของบริเวณสนามหลวง และพื้นที่วังหน้าทั้งหมด

2.2.4 วัดเล่งเน่ยยี่



ภาพ 12 วัดเล่งเน่ยยี่

ที่มา เว็บไซต์ TrueID; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดมังกรกมลาวาส หรือ วัดเล่งเน่ยยี่ เป็นวัดในสังกัดคณะสงฆ์เถรวาทแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ 23 ถ. เจริญกรุง แขวง ป้อมปราบ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100 ระหว่างซอยเจริญกรุง 19 และ 21 ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร พิกัดภูมิศาสตร์ 13.743247°N 100.509434°E

ประวัติความเป็นมา

วัดนี้ก่อตั้ง เมื่อปี พ.ศ. 2414 ใช้เวลาก่อสร้าง 8 ปีกว่าจะแล้วเสร็จ มีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นแบบทางจีนตอนใต้ของสกุลช่างแต้จิ๋ว โดยวางแปลนตามแบบวัดหลวง คือ มีวิหารทำจตุโลกบาลเป็นวิหารแรก ตรงกลางเป็นพระอุโบสถ ข้างหลังพระอุโบสถเป็นวิหารเทพเจ้า การสร้างใช้ไม้และอิฐเป็นวัสดุสำคัญ

จากประตูทางเข้า เข้าไปจะถึงวิหารทำวโลกบาลทั้ง 4 มีเทวรูปเทพเจ้า 4 องค์ (ข้างละ 2 องค์) ในชุดนักรบจีนและถืออาวุธและสิ่งของต่างๆ กัน เช่น พิณ ดาบ ร่ม เจดีย์ ชาวจีนเรียกว่า "สี่ไต้เตียงอ้วง" หมายถึงเทพเจ้าที่ปกป้องรักษา คุ่มครองทิศต่างๆ ทั้ง 4 ทิศ ถัดจากวิหารทำวจตุโลกบาล คือ อุโบสถ เป็นที่ประดิษฐานของพระประธานของวัด คือ พระโคตมพุทธเจ้า พระอมิตาภพุทธะ พระโฆษชยคุรุพุทธะ ทั้งหมด 3 องค์ หรือ "ซำป้อหุกโจ้ว" พร้อมพระอรหันต์อีก 18 องค์ หรือที่เรียกว่า "จับป้อยหล่อหัง"

ทางด้านขวามีเทพเจ้าต่างๆ หลายองค์ เช่น เทพเจ้าคุ้มครองดวงชะตา หรือ "ให้ส่วย เอี้ยะ" เทพเจ้าแห่งยาหรือหมอเทวดา "หัวท้อเซียงซือกง" และที่นิยมไหว้ขอพรมากคือ เทพเจ้าแห่งโชคลาภ "ไฉ่ซิ้งเอี้ยะ" เทพเจ้าแห่งเจีย หรือ "ไต้เลี้ยหุกโจ้ว" พระเมตไตรยโพธิสัตว์ หรือ "ปู้กู่ยหุกโจ้ว" ซึ่งคล้ายกับพระมหากัจฉายนะ "กวนอิมผู้สัก" (หรือพระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์) "แป๊ะกง" และ "แป๊ะม่า" รวมเทพเจ้าในวัด จะมีทั้งหมด 58 องค์

ความสำคัญและลักษณะเด่น

วัดมังกรกมลาวาส หรือ วัดเล่งเน่ยยี่ เป็นวัดที่คุ้นเคยในหมู่ชาวไทยเชื้อสายจีน และชาวจีนจากต่างประเทศ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ขอพรเพื่อสิริมงคล สะเดาะเคราะห์

สภาพปัจจุบัน

วัดมังกรกมลาวาสใช้ผังแบบวัดจีน มีรูปแบบศิลปกรรมแบบจีนตอนใต้ ประกอบด้วยอาคารหลักคืออุโบสถตั้งอยู่ตรงกลาง ด้านหน้ามีวิหารจตุโลกบาล ด้านหลังเป็นวิหารบูรพาจารย์ ส่วนด้านซ้ายขวาก็มีวิหารอื่นๆ อีกหลายหลัง

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาในการจัดการนักท่องเที่ยว การจอดรถ

แนวทางการพัฒนา

จัดหาที่จอดรถให้นักท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนจีนโพ้นทะเลและ
ศาสนาพุทธมหายาน

2.2.5 ศาลพระพิฆเนศ



ภาพ 13 ศาลพระพิฆเนศ

ที่มา: เว็บไซต์ไทยรัฐ; สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

แขวงดินแดง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร เดินทางสะดวกได้ทั้งรถยนต์ ส่วนตัว รถสาธารณะ รถไฟฟ้าใต้ดินสายสีน้ำเงิน

ประวัติความเป็นมา

เทวาลัยพระพิฆเนศ ตั้งขึ้นมาตามความเชื่อของศาสนาพราหมณ์ เทวาลัยพระพิฆเนศ ตั้งอยู่ในบริเวณ สีแยกห้วยขวาง แห่งนี้ เป็นพิภักดิ์ของสายบุญสายมู ที่นิยมมากกราบไหว้สักการะขอพรกัน เพื่อขอความเจริญรุ่งเรืองในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การสอบเข้า การเรียน การงาน ครอบครัว ความรัก สุขภาพ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ไหว้พระพิฆเนศในช่วงวันบูชาพระพิฆเนศ และวันอื่นๆ ผู้คนมักเดินทางมายัง สีแยกห้วยขวางเพื่อสักการะเทวรูปพราหมณ์ตามความเชื่อที่นับถือ โดยศาลพระพิฆเนศที่ตั้งอยู่บนสีแยกรัชดาห้วยขวางนี้ สร้างขึ้นเพื่อแก้เคล็ดที่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นบ่อยครั้ง

ปัจจุบัน

เทวาลัยพระพิฆเนศ เป็นศาลพระพิฆเนศ เป็นที่นิยมทั้งคนไทย ต่างชาติ เปิดให้เข้ามาสักการบูชาได้ทุกวัน เป็นที่ประดิษฐานขององค์พระพิฆเนศ 1 เคียร 4 กร ประดิษฐานในปางยืนประทานพรหรือทำยื่นประทานพรบนดอกบัวบาน ในความเชื่อของชาวพุทธและพราหมณ์ เชื่อว่าพระพิฆเนศเป็นเทพเจ้าแห่งความสำเร็จในด้านหน้าที่การงาน การเรียน อาชีพ และสติปัญญา หลายคนที่กำลังประสบปัญหาเรื่องงาน

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาในการจัดการนักท่องเที่ยว การจอดรถ

แนวทางการพัฒนา

มีโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวตรีมูลติ และเทพของศาสนาฮินดู



2.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม

2.3.1 วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา



ภาพ 14 วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา

ที่มา: Teera Chamnong

ที่ตั้งและการเข้าถึง

จุดหลักในการจัดงาน คือ บริเวณวัดต่างๆ เช่น วัดไตรมิตรวิทยาราม วรวิหาร วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร หรือ วัดภูเขาทอง วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือ วัดโพธิ์ วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) วัดพระศรีมหาธาตุบางเขน และวัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร

ประวัติความเป็นมา

ตามตำนานระบุวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา แต่ละวันจะมีความเป็นมาต่างกัน เช่น วันมาฆบูชา เกิดปรากฏการณ์สำคัญทางพุทธศาสนาขึ้น คือ เป็นวันที่พระสงฆ์จำนวน 1,250 รูป เดินทางมาประชุมพร้อมกันโดยมิได้นัดหมาย ซึ่งพระสงฆ์ทั้งหมดล้วนเป็นเอหิภิกขุอุปสัมปทา และเป็นพระอรหันต์ผู้ได้บรรลุอภิญญา 6 โดยในวันดังกล่าวพระพุทธเจ้าได้แสดงธรรมโอวาทปาฏิโมกข์ให้กับพระสงฆ์ที่มาประชุมได้สดับ จึงเรียกวันนี้ชื่อหนึ่งว่า วันจาตุรงคสันนิบาต

ความสำคัญและลักษณะเด่น

วันมาฆบูชา ตามพุทธประวัติระบุว่าในวันดังกล่าวได้เกิดปรากฏการณ์สำคัญทางพุทธศาสนาขึ้น คือ เป็นวันที่พระสงฆ์จำนวน 1,250 รูป เดินทางมาประชุมพร้อมกันโดยมิได้นัดหมาย ซึ่งพระสงฆ์ทั้งหมดล้วนเป็นเอหิภิกขุอุปสัมปทา และเป็นพระอรหันต์ผู้ได้บรรลุอภิญญา 6 โดยในวันดังกล่าวพระพุทธเจ้าได้แสดงธรรมโอวาทปาฏิโมกข์ให้กับพระสงฆ์ที่มาประชุมได้สดับ จึงเรียกวันนี้ชื่อหนึ่งว่า วันจาตุรงคสันนิบาต

วันวิสาขบูชาเป็นวันที่มีความเกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า 3 ประการ คือ ประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพาน

วันอาสาฬหบูชาเป็นวันเป็นวันคล้ายวันที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงปฐมเทศนา และทำให้พระรัตนตรัยครบองค์ 3 คือ พระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ชาวพุทธ และนักท่องเที่ยวที่มีความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาได้เดินมาที่วัดทำบุญไหว้พระ เวียนเทียน

สภาพปัจจุบัน

เป็นประเพณีที่ได้สืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคและปัญหา

บริเวณวัดค่อนข้างแคบเมื่อมีกิจกรรมทำให้ผู้คนแออัด และที่จอดรถมีจำนวนจำกัด

แนวทางการพัฒนา

สามารถพัฒนาวัดบนเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นในและชั้นนอกเป็นกลุ่มศาสนสถานและศิลปะยุครัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นมรดกโลกที่สำคัญโดยสร้างเส้นทางไหว้พระ 9 วัด

2.3.2 เทศกาลสงกรานต์



ภาพ 15 วันสงกรานต์ถนนข้าวสาร

ที่มา: ฟรังฟรี้ด้อม (นามแฝง) ; สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ประเพณีสงกรานต์ ถนนข้าวสาร

ประวัติความเป็นมา

วันสงกรานต์ที่มีประเพณีที่ถือปฏิบัติไม่ต่างไปจากที่อื่น ต้นตำรับการเล่นน้ำสงกรานต์บนถนนข้าวสารก็คือ “ถนนข้าวสาร” ถนนสายเก่าแก่ที่เชื่อมระหว่างถนนตะนาวและถนนจักรพงษ์ในย่านบางลำพู การเล่นสงกรานต์บนถนนข้าวสารนี้ เริ่มเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2533 เนื่องจากจากบนถนนข้าวสารมีเกสต์เฮาส์จำนวนมาก และนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาพักในบริเวณนี้ การเล่นน้ำสงกรานต์จึงเกิดขึ้นที่นี่เพื่อแสดงวัฒนธรรมประเพณีของไทยให้ออกไปสู่สายตาชาวโลก ซึ่งแต่เดิมนั้นก็เป็นการเล่นสาดน้ำตามประเพณีกันธรรมดา แต่ต่อมาร้านค้าและเกสต์เฮาส์ที่อยู่บนถนนข้าวสาร รวมถึงบริเวณโดยรอบก็ได้รวมตัวกันจัดกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ถนนข้าวสารช่วงเทศกาลสงกรานต์ในยุคปัจจุบันกลายเป็นสถานที่ยอดฮิตของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความสำคัญและลักษณะเด่น

ช่วงเทศกาลสงกรานต์ การละเล่นสาดน้ำให้เย็นชื่นใจนั้นถือเป็นอีกหนึ่งไฮไลต์ที่พลาดไม่ได้ โดยเฉพาะการออกมาเล่นกันตามถนนสายต่างๆ ที่ถูกจัดไว้ให้เป็นแหล่งรวมตัวกัน อย่างในกรุงเทพฯ ถนนสำคัญๆ ก็เช่น ถนนสีลม ซอย RCA ถนนโชคชัย 4 และที่โด่งดังที่สุดทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติก็คือ บริเวณถนนข้าวสาร

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ในวันสงกรานต์ได้มีการอัญเชิญพระพุทธรูปที่ประชาชนนับถือมาให้ประชาชนได้สรงน้ำ และมีการเล่นสาดน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถนนข้าวสารเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

สภาพปัจจุบัน

มีการจัดงานอย่างต่อเนื่องทุกปี

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาเรื่องการจราจร หรือการเล่นสาดน้ำที่ไม่สำรวจ

แนวทางการพัฒนา

สามารถขยายรอบการจัดงาน และจัดบรรยายเป็นภาษาอังกฤษและจีน โดยจัดงานให้มีแก่นแท้ของประเพณี และการแสดงความกตัญญูกตเวทิตาต่ออุปการี และญาติผู้ใหญ่ในการรดน้ำดำหัว



2.3.3 เทศกาลตรุษจีน



ภาพ 16 เทศกาลตรุษจีน

ที่มา: Coconuts Bangkok; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

เทศกาลตรุษจีน ย่านเยาวราช

ประวัติความเป็นมา

ตรุษจีนเป็นงานเฉลิมฉลองที่ยาวที่สุด และสำคัญที่สุดในปฏิทินจีน แม้จะไม่สามารถหาต้นตอได้ว่ามีจุดเริ่มต้นในยุคสมัยไหน แต่ก็เชื่อกันว่ายึดถือประเพณีนี้กันมากกว่า 4,000 ปีแล้ว เดิมนั้นยังไม่ได้เรียกว่าเทศกาลตรุษจีน แต่มีชื่อเรียกต่างกันไปตามยุคสมัย แต่ที่รู้จักกันมากที่สุดคือวันชุงเจ้ จัดขึ้นเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองเทศกาลฤดูใบไม้ผลิ จัดกันนานถึง 15 วัน เนื่องจากแต่ก่อนนั้นช่วงเวลานี้ของประเทศจีนจะปกคลุมไปด้วยหิมะ ไม่สามารถทำการเกษตรได้ เมื่อเข้าถึงฤดูใบไม้ผลิ จึงจะสามารถเพาะปลูกได้ตามปกติ ชาวจีนจึงกำหนดให้วันแรกของฤดูใบไม้ผลิในแต่ละปีเป็นวันสำคัญ ปัจจุบันเทศกาลตรุษจีนมีการจัดขึ้นแทบจะทั่วทุกมุมโลก ทั้งที่จีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง อินโดนีเซีย มาเก๊า มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน ไทย รวมถึงในชุมชนชาวจีน หรือ China Town ด้วย

ความสำคัญและลักษณะเด่น

ย่านเยาวราช ชื่อทางการของไชน่าทาวน์ในกรุงเทพมหานคร เป็นที่จัดงานฉลองวันตรุษจีนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ในช่วงการเฉลิมฉลองนั้น จะมีทั้งผู้คน ประทับการเซดมังกร และครอบครัวของชาวจีนที่มากันเต็มถนนของไชน่าทาวน์ งานนี้มักจัดขึ้นในเดือนมกราคมหรือกุมภาพันธ์ และเป็นงานที่แสนน่าทึ่งที่คนนับหมื่นจะมารวมตัวกันและแต่งแต้มสีสันให้ท้องถนนกลายเป็นสีแดง

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

จับจ่าย ชื้อของ ทานอาหาร ไหว้พระตามวัดจีนต่างๆ เที่ยวชมตลาดและสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีแดงหรือสีส้มสดใส

สภาพปัจจุบัน

มีการจัดงานอย่างต่อเนื่องทุกปี

อุปสรรคและปัญหา

ปัญหาเรื่องการจราจร

แนวทางการพัฒนา

สามารถสร้างมหกรรมแสดงถึงประเพณี ความเชื่อของอารยธรรมจีนที่มีต่อเทพเจ้า และบรรพบุรุษในโอกาสขึ้นปีใหม่ของประเพณีจันทรคติ



2.3.4 เทศกาลกินเจ



ภาพ 17 เทศกาลกินเจ

ที่มา: เว็บไซต์ประชาชาติ; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ย่านเยาวราช

ประวัติความเป็นมา

ประเพณีถือศีลกินเจหรือกินเจซึ่งเป็นพิธีอันตรกรรรมบูชาที่ยิ่งใหญ่ที่สุด โดยอาศัยพระแม่แห่งดวงดาวมารีจี ในแบบของพระพุทธศาสนานิกายมหายาน แต่ในทางลัทธิเต๋า เรียกว่า เต้าโป้หงวนกุนหรือเต้าโป้เทียนจุนในภาษาฮกเกี้ยน เป็นศูนย์กลางสมมติของพิธีศักดิ์สิทธิ์นี้ มักอิงประวัติผูกติดอยู่กับฝ่ายตำนานเทพแห่งดาวนพเคราะห์มากกว่า ซึ่งเป็นศาสตร์แห่งลัทธิเต๋า ต่อมาเมื่อพระพุทธศาสนาเผยแผ่เข้าสู่เมืองจีน นับจากนั้นเป็นต้นมาเมื่อพระพุทธศาสนาเจริญขึ้น จึงปรากฏตำนานความเชื่อที่ผูกโยงกับพระพุทธเจ้า 7 พระองค์และพระโพธิสัตว์อีก 2 พระองค์ เรียกว่า กิ้วอ้วงฮุดโจ้วในภาษาจีนแต้จิ๋ว โดยคติความเชื่อในประเพณีของชาวจีน โดยเฉพาะลัทธิขงจื้อซึ่งเน้นในเรื่องบรรพบุรุษและความกตัญญู บรรดาบุรพกษัตริย์ที่เคยอุทิศตนเพื่อให้ประชาชนมีความเจริญโดยใช้หลักเมตตาธรรมก็จะเป็นบุคคลผู้ได้รับการสรรเสริญจากประชาชน ตามตำนานสามารถรวบรวมได้ 9 พระองค์ ซึ่งอยู่ในยุคสมัยต่าง ๆ กัน ทั้ง 9 พระองค์รวมเรียกว่าพระราชาราช 9 พระองค์ ในภาษาจีนฮกเกี้ยน เรียกว่า : กิวทองโตเต้ ซึ่งชาวจีนเชื่อว่าทุกสิ่งทุกอย่างในโลกเป็นธรรมชาติและดำเนินไปตามวิถีแห่งสวรรค์ อาศัยตามความเชื่อในลัทธิเต๋า จึงส่งผลให้เกิดการนับถือดวงวิญญาณที่สถิตอยู่ในสรวงสวรรค์ พระเจ้าแผ่นดินทั้งเก้าพระองค์เมื่ออยู่ในโลกมนุษย์ได้ประกอบกรรมดีมากมาย

เมื่อสิ้นพระชนม์แล้วจึงได้จัดเป็นเทพเจ้าประจำดาวนพเคราะห์ ทำหน้าที่คุ้มครองมวลหมู่ประชากรราษฎรให้บังเกิดความร่มเย็นสืบไปเป็นการถือศีล กินเจของคนไทยเชื้อสายจีน

ความสำคัญและลักษณะเด่น

ประเพณีงานเจ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ งานด้านพิธีกรรม และงานด้านพิธีการ สำหรับงานด้านพิธีกรรมมี 3 องค์ประกอบคือ

1. มงคลสถาน ชุ่มประตูละมิมพระเกียรติฯ เยาวราช เป็นพื้นที่มณฑลพิธีอันศักดิ์สิทธิ์ ที่ชาวเยาวราชให้ความเคารพ และจัดพื้นที่ต้อนรับเจ้าฟ้ามหากษัตริย์ และพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์

2. ตำนาน 22 ศาลเจ้า พิธีรวมวงรูปจาก 22 ศาลเจ้าในเยาวราช ซึ่งในแต่ละปีมีประชาชนจากทั่วทุกมุมโลกมาราบไหว้ขอพรที่ศาลเจ้าต่างๆ ทั้ง 22 ศาลเจ้าเป็นจำนวนมาก โดยใน 1 ปีจะมีการรวมวงรูปเพียงครั้งเดียวเท่านั้น เพื่อเป็นมวลสารสำคัญในการประกอบพิธี และจะอัญเชิญวงรูปมวลสารจาก 22 ศาลเจ้ามาประดิษฐานที่ชุ่มประตูละมิมพระเกียรติฯ เยาวราช ตลอดงานกินเจ 10 วัน

3. จิตแห่งศรัทธา พิธีอัญเชิญเทพเจ้าของการกินเจ “กิวอ่อง ฮุกโจ้ว เต้าบ้อเนี้ย น้ำซิ่ง ปักเต้า แซกุง” โดยในปีนี้เป็นปีแรกที่อัญเชิญ “กิวอ่อง ฮุกโจ้ว เต้าบ้อเนี้ย น้ำซิ่ง ปักเต้าแซกุง” ทั้ง 12 องค์บนเกี้ยว โดยใช้ผู้ชายแท้ที่ผ่านพิธีปวารณาตนถือศีลกินเจแบกเกี้ยวละ 4 คน รวม 12 เกี้ยว 48 คน คุณ 2 ผลัด 96 คน แห่อัญเชิญรอบเยาวราช เพื่อไปประดิษฐานที่ชุ่มประตูละมิมพระเกียรติฯ เยาวราช ตลอดงานกินเจ 10 วัน เพื่อให้ประชาชนได้สักการะบูชา

ขณะที่งานด้านพิธีการ เช่น การจัดให้มีการทำอาหารเจมงคล ขบวนแห่รถบุปผาชาติองค์สมมติพระโพธิสัตว์กวนอิมที่ยิ่งใหญ่และสวยงาม การแสดงโชว์เซตมังกร

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมงานจับจ่ายซื้ออาหาร เรียนรู้วิถีชีวิตชาวไทยเชื้อสายจีน

แนวทางการพัฒนา

พัฒนาเทศกาลกินเจโดยรื้อฟื้นหลักการทางปรัชญาของการกินมังสวิรัติตลอดจนการอนุรักษ์การประกอบอาหารเจ

2.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

2.4.1 ทำบุญไหว้พระ 9 วัด



ภาพ 18 ทำบุญไหว้พระ 9 วัด

ที่มา: เว็บไซต์ทราเวลทริโอดี; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ทำบุญไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพฯ ริมน้ำเจ้าพระยา ได้แก่ วัดกัลยาณมิตร
วรมหาวิหาร วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร วัดอมรินทร
รามวรวิหาร วัดสุพรรณารามราชวรวิหาร วัดคฤหบดี วัดราชาธิวาสวิหาร วัดเทวราชกุญชร
วรวิหาร และ วัดยานนาวา

ประวัติความเป็นมา

เป็นการเดินทางทำบุญ 9 วัดตามความเชื่อเพื่อเป็นสิริมงคล

ความสำคัญและลักษณะเด่น

ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ตามคติความเชื่อ ดังนี้

1. วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร คติความเชื่อ: เดินทางปลอดภัยมีมิตรไมตรีที่ดี
2. วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร คติความเชื่อ : ชีวิตรุ่งโรจน์ทุกคืนวัน
3. วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร คติความเชื่อ : มีชื่อเสียงโด่งดัง

คนนิยมชมชอบ

4. วัดอมรินทรารามวรวิหาร คติความเชื่อ : พระอินทร์ประทานพรให้ปลอดภัย
จากอันตรายใดๆ ทั้งปวง

5. วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร คติความเชื่อ : มีความศักดิ์สิทธิ์และดลบันดาลให้สมประสงค์

6. วัดคฤหบดี คติความเชื่อ : เสริมโชควาสนา บารมีดุจดั่งทอนพคุณ เคียงคู่แก้วมรกต

7. วัดราชาธิวาสวิหาร คติความเชื่อ : มีลาภยศที่ยิ่งใหญ่ ดุจพระราช

8. วัดเทวราชกุญชรวรวิหาร คติความเชื่อ: มงคลเทพเทวดา มหาอำนาจที่ยิ่งใหญ่และแข็งแกร่ง

9. วัดยานนาวา คติความเชื่อ : การค้าขาย การทูต เจริญรุ่งเรือง

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ทำบุญ ไหว้พระ เทียนชมทัศนียภาพวัดต่างๆ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา



2.4.2 ซ็อบปิ้งจตุจักร หรือตลาดนัดต่างๆ



ภาพ 19 ซ็อบปิ้ง

ที่มา: เว็บไซต์อินเดียทูเดย์; สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตลาดจตุจักร ตลาดน้ตรรถไฟ ตลาดนัดต่างๆ

ประวัติความเป็นมา

เป็นการเดินทางจับจ่ายซื้อของตลาดต่างๆ

ความสำคัญและลักษณะเด่น

นักท่องเที่ยวจับจ่ายซื้อของตลาดจตุจักร ตลาดน้ตรรถไฟ หรือตลาดนัดต่างๆ

สินค้าหลากหลายประเภท

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

จับจ่ายซื้อของ เที่ยวชมตลาด

2.5 ทรัพยากรบริการ

2.5.1 การขนส่งมวลชน (Mass Transit) BTS



ภาพ 20 ภาพรถไฟฟ้า BTS

ที่มา: วิกีพีเดีย BTS sky train; สื่อออนไลน์

กรุงเทพมหานคร มีระบบขนส่งมวลชนรวม 13 เส้นทาง ได้แก่สาย สายสีเขียว หมอชิต-สำโรง หรือ สายสุขุมวิท สายสีเขียวเข้ม สนามกีฬาแห่งชาติ-บางหว้า สายสีน้ำเงิน บางซื่อ-หัวลำโพง/รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สาย Airport Rail Link พญาไท-สุวรรณภูมิ สายสีม่วง เตาปูน-คลองบางไผ่ (เป็นสายที่เชื่อมต่อกับสายสีน้ำเงิน (บางซื่อ-หัวลำโพง) โดยมีสถานี เตาปูนเป็นจุดเชื่อมต่อ) สายสีเขียวเข้ม แบริ่ง-สมุทรปราการ สายสีเขียวเข้ม หมอชิต-สะพาน ใหม่-คูคต สายสีน้ำเงิน หัวลำโพง-บางแค และบางซื่อ-ท่าพระ สายสีแดงอ่อน ช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน สายสีแดงเข้ม บางซื่อ-รังสิต สายสีส้มตะวันออก ตลิ่งชัน-มีนบุรี สายสีชมพู (แคราย-มีนบุรี) สายสีเหลือง (ลาดพร้าว-สำโรง) สายสีทอง สายสีน้ำตาล สายสีเทา สายสีฟ้า

3. รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้แทนภาครัฐ ภาค เอกชน ประชาชนและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และตัวแทน นักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

3.1 จุดแข็ง (Strengths)

โดยภาพรวมผู้แทนแต่ละภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ กรุงเทพมหานคร มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยมีการดำเนินนโยบายเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดการท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศ ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้มีความจำเป็นต้อง สร้างจุดขายที่แตกต่าง ของกรุงเทพมหานครคือมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง จำนวนมาก อาทิ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ พระบรมมหาราชวัง เสาชิงช้า ภูเขาทอง

กรุงเทพมหานครยังมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น รวมทั้งเป็นแหล่งรวมอาหารและผลไม้ของทุกภาคซึ่งหา รับประทานได้ทุกฤดูกาล นอกจากนี้กรุงเทพฯยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการ ท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ อาทิ โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ศูนย์ประชุม และโรงพยาบาล โดยมีความโดดเด่นทั้งในด้านบริการที่ดี มีคุณภาพสูง มีความหลากหลายในเลือก และค่าใช้จ่ายที่ ค่อนข้างต่ำ

กรุงเทพมหานครยังมีทรัพยากรต่างๆ มีโบราณสถาน รวมถึงมีทรัพยากรทาง วัฒนธรรม ที่มีความหลากหลาย โดยปัจจัยหลักที่เป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวต่าง นิยมเดินทางมากรุงเทพมหานคร คือ กรุงเทพมหานครมีทำเลที่ตั้งของกรุงเทพฯ เป็นจุด ศูนย์กลางที่เชื่อมต่อการเดินทางจากทั่วโลก มีการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบ คมนาคม มีรถไฟฟ้า BTS/MRT รถโดยสารประจำทาง รถเมล์ รถแท็กซี่ และยังสามารถเดินทาง โดยใช้ระบบขนส่งที่เรียกผ่าน แอปพลิเคชัน เช่น GRAB ทำให้การเดินทางสะดวก รวมถึงมีสิ่ง อำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งสัญญาณ WiFi ห้องน้ำสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ประกอบกับ ค่าครองชีพไม่สูง เมื่อเทียบกับเมืองใหญ่ของโลก รวมถึงมีความหลากหลาย

ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว เช่น วัฒนธรรม อาหารการกิน และมีสินค้า-บริการที่รองรับตั้งแต่ระดับ High End ไปจนถึง Mass

นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย หลากหลาย ทั้งด้านวัฒนธรรม เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ค่าครองชีพถูก มีโรงแรมทุกระดับ มีภัตตาคาร มีสนามบินพาณิชย์ มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว และยังผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Wellness Hub เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

โดยภาพรวมผู้แทนแต่ละภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ กรุงเทพมหานคร ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว ขาดแผนการขายสินค้าและบริการเพื่อขายบนอินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้รวมเป็นกลุ่มเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ ในด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ขาดการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ขาดนโยบายราคาที่เป็นมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงขาดความเชื่อมั่น และต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการหาข้อมูล

กรุงเทพมหานครยังขาดการจัดการตลาดที่ดี ระบบขนส่งมวลชนไม่ครอบคลุมความต้องการทั่วถึง ขาดการหยิบยกจุดเด่นของพื้นที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ขาดการพัฒนาพื้นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้ายสื่อความหมายของการท่องเที่ยวไม่เหมาะสม

ขณะเดียวกันยังขาดการบูรณาการในหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการกระจายความรับผิดชอบในหลายภาคส่วน อาทิ กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.3 โอกาส (Opportunities)

โดยภาพรวมผู้แทนแต่ละภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ กรุงเทพมหานคร มีโอกาสพัฒนาการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์หากสร้างสื่อให้เข้าถึงง่ายก็จะมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ มีหลากหลายทั้ง ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ กรุงเทพมหานครมีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศไทย และนานาชาติ อาทิ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม เนื่องจากมีจุดเด่นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกเนื่องจากกรุงเทพมหานคร มีระบบการขนส่งมวลชน และระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทำให้การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความสะดวก เช่นเดียวกับการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีความสะดวก

กรุงเทพมหานครยังมีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต/เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุม โรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังมีโอกาสขยายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่หลากหลาย โดยเฉพาะการขับเคลื่อน การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Wellness Hub ที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เดินทางมาศัลยกรรมในกรุงเทพมหานคร เมื่อสภาพร่างกายดีขึ้นสามารถเที่ยวโดยรอบได้ หรือผู้ดูแล และผู้สูงอายุก็สามารถที่จะเที่ยวในช่วงเวลาพักได้

3.4 อุปสรรค (Threats)

โดยภาพรวมผู้แทนแต่ละภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศ การติดต่อ และการแพร่กระจายของเชื้อโรคระบาด โรคโควิด 19 ภัยธรรมชาติ ความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ความตึงเครียด ทางการเมืองภายในประเทศ หรือเหตุการณ์อื่นๆ ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ สร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงของกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองท่องเที่ยว อันดับต้นๆ ส่งผลให้กลุ่มที่มีกำลังซื้อไม่ยอมการเดินทางมา กรุงเทพมหานครถูกลดระดับความน่าเชื่อถือลง

นอกจากนี้ยังพบว่าการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังมีปัญหาภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นตามฤดูกาล เช่น น้ำท่วม พายุ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19 ปัญหาการก่อการร้ายสากล ปัญหายาเสพติดและสุขภาพจิต รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและเมืองที่เป็นบริวารของกรุงเทพมหานคร การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ และการแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน นอกจากนี้ พบว่า กรุงเทพมหานครมีงบประมาณในการพัฒนาพื้นที่ที่จำกัดและต้องเลือกพื้นที่ที่จำเป็นที่สุดในการพัฒนา

หลังจากร่วมระดมสมอง ทำการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร ที่ประชุมกลุ่มย่อยได้พิจารณาภาพรวม ของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการดังกล่าวและได้ร่วมกำหนดทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร ในอนาคตดังนี้

กรุงเทพมหานครมีทรัพยากร การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ตามธรรมชาติ โดยเฉพาะ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะด้านคมนาคมที่สะดวก และค่าครองชีพต่ำเมื่อเทียบกับเมืองใหญ่ของโลก

ทำให้กรุงเทพมหานครมีโอกาสพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และต้องส่งเสริมการตลาดแบบดิจิทัล เพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานครต่อไป

หลังการ ประชุมกลุ่มย่อย และที่ประชุมได้ร่วมกันวิเคราะห์ SWOT และ TOWS มาพิจารณาเพื่อสร้างแนวทางแผนยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานครดังนี้

ตาราง 1 แสดง SWOT และ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ
บูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง (Strength: S)	จุดอ่อน (Weakness: W)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด 2. มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง 3. มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ 4. มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/ MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และสุวรรณภูมิ 5. มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวดสถานบันเทิง 6. เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจของประเทศ และรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อขยายบนอินเทอร์เน็ต 3. ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4. ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 5. การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม 	
โอกาส (Opportunity: O)	กลยุทธ์เชิงรุก จุดแข็ง+โอกาส (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น จุดอ่อน+โอกาส (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ 2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม 3. มีระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว 6. มีระบบการตลาดดิจิทัลบน อินเทอร์เน็ต / เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต 7. มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการ เฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แปรนตร์ท่องเที่ยวธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์เที่ยว 2. แปรนตร์ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรุงเทพมหานคร 3. แปรนตร์ท่องเที่ยวสัมผัสสังคมเมือง 4. แปรนตร์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5. แปรนตร์พัฒนาจิตใจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 2. ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว 3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัล 4. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและในท้องถิ่น

ตาราง 1 (ต่อ)

อุปสรรค (Threats: T)	กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน จุดแข็ง+อุปสรรค (ST)	กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม จุดอ่อน อุปสรรค (WT)
1. การแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น	1. ใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง	2. มีการบริหารจัดการทรัพยากร	2. อบรมการพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชนชุมชนในกรุงเทพมหานคร มัคคุเทศก์
3. ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19 ภัยธรรมชาติ โลกมีปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด สุขภาพจิต	3. พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	3. พัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้อง
4. การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ	4. พัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว	4. การสร้างเครือข่าย การพัฒนาท่องเที่ยว สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว
5. การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน		5. พัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยว
		6. อนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
		7. พัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร

จากการประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกัน ผู้วิจัยขอสรุปประเด็นสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่

4.1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บ้ายรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

4.1.2 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ

4.1.3 มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ

4.1.4 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในอนาคต

4.2 ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

4.2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ

4.2.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่

4.2.3 การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

4.2.4 การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

4.2.5 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ

4.3 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรม

4.3.2 ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้

4.3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

4.3.4 มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ

4.3.5 มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.4 ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก

4.4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก

4.4.2 มีวิธีการสื่อความหมาย ที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

4.4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.4.4 กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

รายงานการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในกรุงเทพมหานคร

รายงานผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยผู้แทน 4 กลุ่ม ได้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาควิชาการ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลร่วมการแสดงความเห็นเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ ในแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5. รายงานวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

รายงานผลจากการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทน 4 กลุ่ม ได้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ในแผนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

กรุงเทพมหานครมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยกรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์กรุงเทพ จุดหมายปลายทางที่โดดเด่นที่มีตำแหน่งทางการตลาด 4 ตำแหน่งย่อย ดังนี้

ตำแหน่งที่ 1 การท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอนาคตเนย์เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลองร้อยๆ สาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้าปอดของกรุงเทพ เยี่ยมสวนสาธารณะชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปลูกป่าชายเลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่

บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ตำแหน่งที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ซ็อบบี้ในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์ แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนครแห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติเพียบพร้อมด้วย ศัลยกรรมโรดหัวใจมือหนึ่ง และบริการทางการแพทย์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับ พรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุค ที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และ รสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน

ตำแหน่งที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angel เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา และกิจกรรม ทุกรูปแบบ ทุกชั่วยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพุทธวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ที่แตกต่างกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำ เจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่เต็มไปด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนา สังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน

ตำแหน่งที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนา จิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงาม ด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฎิมากรรม ของศาสนสถานทีโดดเด่น เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ผังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพุทธวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้อย่างดีงาม เดินเข้าศาสนสถาน เพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็ว ร้อน ให้ผ่อนคลาย เดินช้าลงเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวใน กรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาศรม เพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคม โลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

6. รายงานยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ

รายงานผลจากการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทน 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อร่วมกัน กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ ในแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร แบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับ บริเวณฝั่งธนบุรี

โครงการที่ 2 โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณ เกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน

โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย

โครงการที่ 4 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในกรุงเทพมหานคร ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย

โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ

โครงการที่ 6 โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครช้อปปิ้งแห่ง เอเชียัน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม

โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขตเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร แทนการเผาและฝังกลบ

โครงการที่ 2 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 4 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 6 โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของกรุงเทพมหานครด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ค และกูเกิ้ล

โครงการที่ 3 โครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม

โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานครสีเขียว พลอดมลพิษ สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก

โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก”

โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยว ระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูลู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน”

กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก เพื่อสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมน้ำ ลำคลอง ที่ร่มเย็น”

โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food”

โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอกมหานครแต่งงาน เทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ

โครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในกรุงเทพมหานคร ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง

โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมใน แก่ชุมชน 50 เขต

โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต

โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต

กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ

โครงการที่ 4 โครงการพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย

โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรมกรุงเทพมหานคร ตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณีสิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 3 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ

โครงการที่ 4 โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตร บ้านบุชั้นลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 2 โครงการอบรมแก่นแท้พุทธศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขตกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 3 โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 4 โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว

โครงการที่ 5 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศีล 5 ทิวห้วยในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 6 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกรุงเทพมหานคร

โครงการที่ 7 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัดกรุงเทพมหานคร

รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม โดยให้โควตากลุ่มละ 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง ซึ่งนำเสนอในรูปแบบความถี่ และร้อยละ ดังผลการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ



ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปและข้อมูลแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ลักษณะส่วน บุคคล	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ										
ชาย	45	45.0	47	47.0	49	49.0	43	43.0	184	46.0
หญิง	55	55.0	53	53.0	51	51.0	57	57.0	216	54.0
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
2. อายุ										
15-24 ปี	0	0	4	4.0	3	3.0	18	18.0	25	6.25
25-34 ปี	34	34.0	35	35.0	24	24.0	42	42.0	135	33.75
35-44 ปี	28	28.0	43	43.0	16	16.0	32	32.0	119	29.75
45-54 ปี	28	28.0	12	12.0	18	18.0	3	3.0	61	15.25
55-64 ปี	9	9.0	6	6.0	23	23.0	2	2.0	40	10.00
65 ปีขึ้นไป	1	1.0	0	0	16	16.0	3	3.0	20	5.00
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพ										
โสด	38	38.0	48	48.0	50	50.0	59	59.0	195	48.75
สมรส	62	62.0	52	52.0	50	50.0	41	41.0	205	51.25
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
4. การศึกษา										
ประถมศึกษา	0	0	2	2.0	0	0	12	12.0	14	3.50
มัธยมต้น/ปวช.	0	0	15	15.0	25	25.0	1	1.0	41	10.25
มัธยมปลาย/ปวส.	0	0	19	19.0	26	26.0	2	2.0	47	11.75
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	0	0	14	14.0	18	18.0	33	33.0	65	16.25
ปริญญาตรี	43	43.0	30	30.0	13	13.0	52	52.0	138	34.50
สูงกว่าปริญญาตรี	57	57.0	20	20.0	18	18.0	11	11.0	106	26.50
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
5. อาชีพ										
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0	0	0	0	6	6.0	8	8.0	14	3.50
นักเรียน/นักศึกษา	0	0	0	0	14	14.0	8	8.0	22	5.50
ข้าราชการบำนาญ	4	4.0	0	0	0	0	6	6.0	10	2.50
รับจ้าง/ฟรีแลนซ์/ขายของออนไลน์	0	0	0	0	15	15.0	19	19.0	34	8.50
เกษตรกร	0	0	35	35.0	9	9.0	14	14.0	58	14.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	0	0	25	25.0	36	36.0	21	21.0	82	20.50
พนักงานเอกชน	0	0	40	40.0	20	20.0	24	24.0	84	21.00
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	96	96.0	0	0	0	0	8	8.0	104	26.00
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
6. รายได้/เดือน										
ต่ำกว่า 15,000 บาท	0	0	7	7.0	3	3.0	6	6.0	16	4.00
15,001-25,000 บาท	58	58.0	36	36.0	38	38.0	39	39.0	171	42.75
25,001-35,000 บาท	38	38.0	27	27.0	28	28.0	32	32.0	125	31.25
35,001-40,000 บาท	4	4.0	30	30.0	31	31.0	21	21.0	21	21.50
ตั้งแต่ 40,001บาท ขึ้นไป	0	0	0	0	0	0	2	2.0	2	0.50
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100

จากตาราง 2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายกลุ่มพบว่า ภาครัฐส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีอายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี จำนวน 34 คน

คิดเป็นร้อยละ 34.00 สถานภาพสมรส จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 การศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีรายได้ 15,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ตามลำดับ

ภาคเอกชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีอายุระหว่าง 35 ถึง 44 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 สถานภาพสมรส จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีรายได้ 15,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 36คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีอายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 สถานภาพโสดและสมรส จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวส. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้ 15,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 สถานภาพโสด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รายได้อยู่ระหว่าง 15,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 เพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี จำนวน 135 คนคิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมามีอายุ 35 ถึง 44 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ตามลำดับ สถานภาพสมรส จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 สถานภาพโสด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมามีพนักงานเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ มีรายได้ระหว่าง 15,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 25,001 ถึง 35,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร				
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ปากต่อปาก	16	16.0	16	16.00
บริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	1	1.0	1	1.00
สื่อออนไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์	19	19.0	19	19.00
สื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูป/บล็อกเกอร์/รีวิว	63	63.0	63	63.00
รวม	100	100	100	100
8. ชื่อตัวเครื่องบิน ตัวโดยสาร จองที่พัก รถเช่า และบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร				
ผ่านทางช่องทางใด				
ชื่อผ่าน Agoda	27	27	27	27.00
ชื่อผ่าน Booking.com	14	14	14	14.00
ชื่อผ่าน Expedia	14	14	14	14.00
ชื่อผ่าน Traveloka	38	38	38	38.00
ชื่อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันอื่นๆ	7	7	7	7.00
รวม	100	100	100	100

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครจากสื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูป/บล็อกเกอร์/รีวิว มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 19.00 รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ปากต่อปาก จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 16.00 รับข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวและเอกสารแผ่นพับ/โบรชัวร์/วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวซื้อตัวโดยสาร จองที่พัก และบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยชื่อผ่าน Traveloka จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา ชื่อผ่าน Agoda จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ชื่อผ่าน Booking.com และชื่อผ่าน Expedia จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ชื่อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. โดยทั่วไปท่านมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างไร				
ไปคนเดียว	7	7.0	7	7.00
ไปกับครอบครัว	38	38.0	38	38.00
ไปกับกลุ่มเพื่อน	48	48.0	48	48.00
ไปกับบริษัทนำเที่ยว	4	4.0	4	4.00
ไปกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร	3	3.0	3	3.00
รวม	100	100	100	100
10. ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นรูปแบบใด				
รถยนต์ส่วนตัว	55	55.0	55	55.00
รถโดยสารประจำทาง	45	45.0	45	45.00
รวม	100	100	100	100

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาเดินทางกับครอบครัวจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 เดินทางไปคนเดียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.00 และเดินทางไปกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเลือกใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 55.00 และเป็นรถโดยสารประจำทางจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
11. เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครท่านมีการพักค้างคืนหรือไม่				
พักค้างคืน	100	100.0	100	100.00
ไม่พักค้างคืน				0.00
รวม	100	100	100	100
12. ถ้าท่านพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานครท่านเลือกที่พักประเภทใด				
โรงแรม	77	77.0	77	77.00
รีสอร์ต	0	0.0	0	0.00
โฮมสเตย์	0	0.0	0	0.00
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	23	23.0	23	23.00
โฮสเทล/เกสต์เฮาส์	0	0.0	0	0.00
วัด/โรงเรียน	0	0.0	0	0.00
รวม	100	100	100	100
13. ท่านใช้เวลาพักค้างในกรุงเทพมหานครกี่คืน				
1 คืน	75	75.0	75	75.00
2 คืน	21	21.0	21	21.00
มากกว่า 2 คืน	4	4.0	4	4.00
รวม	100	100	100	100

จากตาราง 5 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีการพักค้างคืนจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

นักท่องเที่ยวเลือกพักโรงแรมมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 และพักบ้านญาติ/บ้านเพื่อน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา นักท่องเที่ยวพักค้างคืน 2 คืนจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 21.00 และนักท่องเที่ยวค้างคืนมากกว่า 2 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
14. โดยทั่วไปท่านใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครกี่บาทต่อครั้ง				
ต่ำกว่า 1,000 บาท	2	2.0	2	2.00
1,001–2,000 บาท	37	37.0	37	37.00
2,001–3,000 บาท	29	29.0	29	29.00
3,001–4,000 บาท	23	23.0	23	23.00
4,001–5,000 บาท	7	7.0	7	7.00
มากกว่า 5,001 บาทขึ้นไป	2	2.0	2	2.00
รวม	100	100	100	100
15. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของท่านคือข้อใด				
ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา	38	38.0	38	38.00
สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9				
ศิลปวัฒนธรรม วัดพระแก้ว วัด	4	4.0	4	4.00
พระเชตุพน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ				
มหรหรรรม สงกรานต์ต้นมข้าวสาร	28	28.0	28	28.00
งานลอยกระทงแม่น้ำ คนจีนเขาวราช				
กิจกรรม ซ็อบบี้ ฤ.สุขุมวิท	30	30.0	30	30.00
ล่องเรือดินเนอร์แม่น้ำเจ้าพระยา นวด				
วัดโพธิ์				
บริการ รถไฟฟ้า MRT/BTS (กิน	0	0.0	0	0.00
Street Food เขาวราช) เรือด่วน				
เจ้าพระยา เขียวราตรีทองหล่อ พัก				
HOSTEL บางลำพู				
รวม	100	100	100	100

จากตาราง 6 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครโดยรวม ใช้จ่ายเงินระหว่าง 1,001–2,000 บาทต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาใช้จ่ายเงินระหว่าง 2,001–3,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 29.00 ใช้จ่ายเงินระหว่าง 3,001 ถึง 4,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ใช้จ่ายเงินระหว่าง 4,001 ถึง 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ใช้จ่ายเงินต่ำกว่า 1000บาท และใช้จ่ายเงินมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครโดยรวม พบว่า
ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9มากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็น
ร้อยละ 38.00 รองลงมาเป็นกิจกรรม ซ็อบบี้ ฤ.สุขุมวิท ล่องเรือดินเนอร์แม่น้ำเจ้าพระยา
นวดวัดโพธิ์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มหกรรม สงกรานต์ถนนข้าวสาร
งานลอยกระทงแม่น้ำ คนจีนเยาวราช จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และศิลปวัฒนธรรม
วัดพระแก้ว วัดพระเชตุพน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ



ตอนที่ 2 การตรวจสุขภาพท่องเที่ยวในประเทศไทยมหานคร
ผลการตรวจสุขภาพท่องเที่ยวในประเทศไทยมหานคร
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร

ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่	4.31	0.87	มากที่สุด	4.35	0.84	มากที่สุด	4.34	0.84	มากที่สุด	4.31	0.90	มากที่สุด	4.33	0.86	มากที่สุด
2. สวนบางกระเจ้า สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9	4.46	0.50	มากที่สุด	4.50	0.50	มากที่สุด	4.64	0.48	มากที่สุด	4.50	0.50	มากที่สุด	4.53	0.50	มากที่สุด
3. สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์	3.30	0.75	ปานกลาง	3.22	0.78	ปานกลาง	3.30	0.81	ปานกลาง	3.34	0.76	ปานกลาง	3.29	0.78	ปานกลาง
4. สวนสนุก สยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำโพธิ์ระ โลกได้นำสยามพารากอน	3.20	0.77	ปานกลาง	3.31	0.81	ปานกลาง	3.23	0.88	ปานกลาง	3.36	0.84	ปานกลาง	3.28	0.83	ปานกลาง
รวม	3.82	0.72	มาก	3.85	0.73	มาก	3.88	0.75	มาก	3.88	0.75	มาก	3.85	0.74	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมชาติโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สวนบางกระเจ้า สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9 มีค่าเฉลี่ย 4.53 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่ มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์ มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสวนสนุก สยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำไฟโรโระ โลกได้น้ำสยามพารากอน มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยว	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร	4.32	0.87	มากที่สุด	4.34	0.91	มากที่สุด	4.37	0.88	มากที่สุด	4.36	0.91	มากที่สุด	4.35	0.89	มากที่สุด
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานสัตกาค มิวเซียมสยาม	3.28	0.83	ปานกลาง	3.26	0.71	ปานกลาง	3.33	0.73	ปานกลาง	3.39	0.77	ปานกลาง	3.32	0.76	ปานกลาง
3. ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่งานบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์	3.26	0.73	ปานกลาง	3.31	0.72	ปานกลาง	3.22	0.79	ปานกลาง	3.28	0.81	ปานกลาง	3.27	0.76	ปานกลาง
4. วัดเล่งเน่ยยี่ ศาลเจ้าพ่อพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ โบสถ์สามตาครุฑ	3.24	0.74	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง	3.22	0.81	ปานกลาง	3.35	0.86	ปานกลาง	3.27	0.80	ปานกลาง
รวม	3.53	0.79	มาก	3.54	0.78	มาก	3.54	0.80	มาก	3.60	0.84	มาก	3.55	0.80	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.55 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร มีค่าเฉลี่ย 4.35 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาด มิวเซียมสยาม มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์ และวัดเล่งเน่ยยี่ ศาลท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ โบสถ์ชานตาครุช มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมทกรรมและปรากฏการณ์สำคัญใน

กรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยว และปรากฏการณ์สำคัญ	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
1. วันวิสาขบูชา วันเข้าและออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ ลอยกระทง	3.37	0.73	ปานกลาง	3.31	0.74	ปานกลาง	3.29	0.76	ปานกลาง	3.23	0.66	ปานกลาง	3.30	0.72	ปานกลาง
2. เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาล อาหารไทยครัวโลก	4.47	0.50	มากที่สุด	4.45	0.50	มากที่สุด	4.47	0.50	มากที่สุด	4.42	0.49	มากที่สุด	4.45	0.50	มากที่สุด
3. มทกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มทกรรมช้อปปิ้งแห่งเอเชีย มทกรรมผลไม้ ไทย	3.46	0.59	มาก	3.38	0.61	ปานกลาง	3.46	0.62	มาก	3.45	0.65	มาก	3.44	0.62	มาก
รวม	3.77	0.61	มาก	3.71	0.62	มาก	3.74	0.63	มาก	3.70	0.60	มาก	3.73	0.61	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมทกรรมและปรากฏการณ์สำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.73 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มทกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มทกรรมช้อปปิ้งแห่งเอเชีย มทกรรมผลไม้ไทย มีค่าเฉลี่ย 3.44 มีค่าความคิดเห็นเห็นอยู่ในระดับมาก และวันวิสาขบูชา วันเข้าและออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ ลอยกระทง มีค่าเฉลี่ย 3.30 มีค่าความคิดเห็นเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยว	ภาคเหนือ				ภาคกลาง				ภาคตะวันออก				ภาคใต้			
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	แปรผล	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	แปรผล	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	แปรผล	มากที่สุด
1. ด้านศิลปะไทยให้วีพระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา	4.53	0.55	มากที่สุด	มากที่สุด	4.50	0.56	มากที่สุด	มากที่สุด	4.36	0.59	มากที่สุด	มากที่สุด	4.41	0.55	มากที่สุด	มากที่สุด
2. ศึกษาวิถีชีวิตคนเชียงใหม่อารยธรรม วิถีชีวิตพุทธนิกายเถรวาท วิถีชีวิตพุทธนิกายวัชรยาน วิถีชีวิตชาวเขา	3.38	0.72	ปานกลาง	ปานกลาง	3.39	0.82	ปานกลาง	ปานกลาง	3.38	0.77	ปานกลาง	ปานกลาง	3.35	0.79	ปานกลาง	ปานกลาง
3. ชื้อบปิ้งย่างสมุนไพร เพื่อสุขภาพดี	3.30	0.75	ปานกลาง	ปานกลาง	3.36	0.79	ปานกลาง	ปานกลาง	3.28	0.72	ปานกลาง	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง	ปานกลาง
4. เยี่ยมงานสวนสมุนไพรต้นโกลิเฮอร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพฯ	3.25	0.75	ปานกลาง	ปานกลาง	3.29	0.74	ปานกลาง	ปานกลาง	3.31	0.72	ปานกลาง	ปานกลาง	3.33	0.69	ปานกลาง	ปานกลาง
รวม	3.62	0.69	มาก	มาก	3.64	0.73	มาก	มาก	3.58	0.70	มาก	มาก	3.59	0.70	มาก	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.60 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านศิลปะไทยให้วีพระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ศึกษาวิถีชีวิตคนเชียงใหม่อารยธรรม วิถีชีวิตชาวเขา วิถีชีวิตพุทธนิกายเถรวาท วิถีชีวิตพุทธนิกายวัชรยานในระดับปานกลาง ข้อบปิ้งย่างสมุนไพร เพื่อสุขภาพดี ได้คะแนนเฉลี่ย 3.30 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเห็นชอบของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
1. มีระบบสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi	4.35	0.77	มากที่สุด	4.46	0.74	มากที่สุด	4.37	0.73	มากที่สุด	4.32	0.76	มากที่สุด	4.38	0.75	มากที่สุด
2. การคมนาคม ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบินเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวก	3.37	0.80	ปานกลาง	3.33	0.71	ปานกลาง	3.40	0.72	ปานกลาง	3.34	0.76	ปานกลาง	3.36	0.75	ปานกลาง
3. ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขามีอย่างเพียงพอ	4.30	0.79	มากที่สุด	4.33	0.80	มากที่สุด	4.41	0.81	มากที่สุด	4.35	0.77	มากที่สุด	4.35	0.79	มากที่สุด
4. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว	3.26	0.70	ปานกลาง	3.30	0.71	ปานกลาง	3.21	0.74	ปานกลาง	3.33	0.72	ปานกลาง	3.28	0.72	ปานกลาง
5. มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง	3.41	0.72	มาก	3.32	0.64	ปานกลาง	3.41	0.63	มาก	3.38	0.69	ปานกลาง	3.38	0.67	ปานกลาง
รวม	3.74	0.76	มาก	3.75	0.72	มาก	3.76	0.73	มาก	3.74	0.74	มาก	3.75	0.74	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรด้านบริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระบบ สาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi มีค่าเฉลี่ย 4.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ฮอสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขามีอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.35 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่สุด มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปาน กลาง การคมนาคม ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบินเข้าถึงจุดหมาย ปลายทางได้อย่างสะดวก สนามบิน มีล้อรางเรือและอากาศ มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าความคิดเห็น อยู่ระดับปานกลาง และมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด	3.44	0.80	มาก	3.20	0.77	ปานกลาง	3.31	0.83	ปานกลาง	3.35	0.77	ปานกลาง	3.33	0.79	ปานกลาง
2. มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสิทธิภาพด้านการตลาดต่างประเทศ	3.32	0.76	ปานกลาง	3.33	0.76	ปานกลาง	3.40	0.75	ปานกลาง	3.34	0.71	ปานกลาง	4.35	0.75	มากที่สุด
3. มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และ สุพรรณภูมิ	3.34	0.80	ปานกลาง	3.21	0.79	ปานกลาง	3.31	0.87	ปานกลาง	3.29	0.89	ปานกลาง	3.29	0.84	ปานกลาง
4. มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานที่บันเทิง	3.36	0.79	ปานกลาง	3.33	0.71	ปานกลาง	3.29	0.72	ปานกลาง	3.34	0.74	ปานกลาง	3.33	0.74	ปานกลาง
5. เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจ ของประเทศ	3.35	0.71	ปานกลาง	3.37	0.74	ปานกลาง	3.37	0.72	ปานกลาง	3.35	0.65	ปานกลาง	3.36	0.71	ปานกลาง
6. รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว	3.24	0.74	ปานกลาง	3.18	0.84	ปานกลาง	3.24	0.88	ปานกลาง	3.30	0.85	ปานกลาง	3.24	0.83	ปานกลาง
รวม	3.34	0.77	ปานกลาง	3.27	0.77	ปานกลาง	3.32	0.80	ปานกลาง	3.33	0.77	ปานกลาง	3.32	0.77	ปานกลาง

ตาราง 12 (ต่อ)

จุดอ่อน	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
1. ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	3.29	0.78	ปานกลาง	3.35	0.71	ปานกลาง	3.28	0.80	ปานกลาง	3.34	0.76	ปานกลาง
2. ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อ ขยายอินทอร์เน็ต	3.36	0.75	ปานกลาง	3.27	0.83	ปานกลาง	3.35	0.75	ปานกลาง	3.27	0.81	ปานกลาง
3. ขาดแผนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.13	0.83	ปานกลาง	3.26	0.81	ปานกลาง	3.14	0.76	ปานกลาง	3.25	0.90	ปานกลาง
4. ชุมชนขาดความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน	3.24	0.80	ปานกลาง	3.17	0.72	ปานกลาง	3.35	0.80	ปานกลาง	3.27	0.83	ปานกลาง
5. การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม	3.33	0.76	ปานกลาง	3.28	0.75	ปานกลาง	3.36	0.74	ปานกลาง	3.36	0.74	ปานกลาง
รวม	3.27	0.78	ปานกลาง	3.27	0.76	ปานกลาง	3.30	0.77	ปานกลาง	3.30	0.81	ปานกลาง
										3.28	0.78	ปานกลาง

ตาราง 12 (ต่อ)

โอกาส	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ	3.32	0.79	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง	3.33	0.75	ปานกลาง	3.20	0.77	ปานกลาง
2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม	3.37	0.81	ปานกลาง	3.22	0.69	ปานกลาง	3.39	0.76	ปานกลาง	3.40	0.71	ปานกลาง
3. มีระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว	3.29	0.79	ปานกลาง	3.37	0.73	ปานกลาง	3.34	0.75	ปานกลาง	3.40	0.79	ปานกลาง
4. มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต / เพื่อการท่องเที่ยว	3.43	0.72	มาก	3.38	0.72	ปานกลาง	3.29	0.75	ปานกลาง	3.44	0.72	มาก
5. มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว	3.30	0.82	ปานกลาง	3.28	0.81	ปานกลาง	3.38	0.78	ปานกลาง	3.35	0.75	ปานกลาง
รวม	3.34	0.79	มาก	3.30	0.74	มาก	3.35	0.75	มาก	3.36	0.75	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

อุปสรรค	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	S.D.	แปรผล
1. มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก ที่แนวโน้มสูงขึ้น	3.29	0.82	ปานกลาง	3.32	0.69	ปานกลาง	3.21	0.86	ปานกลาง	3.28	0.76	ปานกลาง	3.28	0.78
2. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ร่วมกับ ความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้ นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง	3.39	0.68	ปานกลาง	3.35	0.75	ปานกลาง	3.36	0.75	ปานกลาง	3.35	0.75	ปานกลาง	3.40	0.73
3. ภัยธรรมชาติ ภัยหทารระบาดของโรค COVID19 ภัยธรรมชาติ	3.25	0.90	ปานกลาง	3.26	0.86	ปานกลาง	3.25	0.83	ปานกลาง	3.21	0.79	ปานกลาง	3.24	0.85
4. โลกมีปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต	3.37	0.77	ปานกลาง	3.34	0.76	ปานกลาง	3.29	0.67	ปานกลาง	3.43	0.67	ปานกลาง	3.33	0.72
5. การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบิน นานาชาติ	3.30	0.74	ปานกลาง	3.37	0.75	ปานกลาง	3.39	0.68	ปานกลาง	3.39	0.73	ปานกลาง	3.31	0.72
6. การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ในอาเซียน	3.25	0.80	ปานกลาง	3.31	0.77	ปานกลาง	3.32	0.75	ปานกลาง	3.26	0.78	ปานกลาง	3.29	0.78
รวม	3.31	0.79	ปานกลาง	3.33	0.76	ปานกลาง	3.30	0.76	ปานกลาง	3.32	0.75	ปานกลาง	3.31	0.76
			กลาง			กลาง						กลาง		

จากตาราง 12 พบว่า ความคิดเห็นของการวิเคราะห์ด้านจุดแข็งของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.35 เป็นความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจ ของประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด และมีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และสัวรรณภูมิ มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

การวิเคราะห์ด้านจุดอ่อนของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อ ขยายบนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และขาดแผนการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.20 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

การวิเคราะห์ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.34 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต / เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม และมีระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม

มหกรรม การพัฒนาจิตใจ มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

การวิเคราะห์ด้านอุปสรรคของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานครโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ โลกมีปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID19 ภัยธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตอนที่ 4 การประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ผลศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของศักยภาพในการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน

กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านทรัพยากร	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บ้ายรถ ประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยว	4.49	0.65	มากที่สุด	4.42	0.69	มากที่สุด	4.38	0.69	มากที่สุด	4.47	0.70	มากที่สุด	4.44	0.68	มากที่สุด
2. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถี ชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ	4.26	0.99	มากที่สุด	4.26	1.02	มากที่สุด	4.27	0.93	มากที่สุด	4.20	0.94	มาก	4.25	0.97	มากที่สุด
3. มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ	3.26	0.82	ปานกลาง	3.30	0.85	ปานกลาง	3.21	0.83	ปานกลาง	3.25	0.79	ปานกลาง	3.26	0.82	ปานกลาง
4. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในอนาคต	3.27	0.79	ปานกลาง	3.25	0.78	ปานกลาง	3.24	0.85	ปานกลาง	3.27	0.79	ปานกลาง	3.26	0.80	ปานกลาง
รวม	3.82	0.81	มาก	3.81	0.84	มาก	3.78	0.83	มาก	3.80	0.81	มาก	3.80	0.82	มาก

ตาราง 13 (ต่อ)

ปัจจัยปัจจัยที่กี่ยวกับภาพด้านกาการจัดกาการ ทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักทองเที่ยว		รวม			
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ	4.46	0.78	มากที่สุด	4.41	0.69	มากที่สุด	4.37	0.69	มากที่สุด	4.43	0.72	มากที่สุด
2. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่	2.02	0.84	น้อย	2.10	0.82	น้อย	1.94	0.85	น้อย	2.00	0.82	น้อย
3. การจัดการด้านการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว	3.22	0.79	ปานกลาง	3.32	0.72	ปานกลาง	3.28	0.79	ปานกลาง	3.27	0.76	ปานกลาง
4. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ	3.26	0.79	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง	3.29	0.85	ปานกลาง	3.27	0.79	ปานกลาง
5. การจัดการด้านความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ	3.27	0.75	ปานกลาง	3.31	0.78	ปานกลาง	3.21	0.80	ปานกลาง	3.29	0.79	ปานกลาง
รวม	3.25	0.79	ปานกลาง	3.28	0.76	ปานกลาง	3.24	0.80	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง

ตาราง 13 (ต่อ)

ปัจจัยซึ่งตีความภาพด้านการมีส่วนร่วม	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม						
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล				
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	3.40	0.68	ปานกลาง	3.39	0.73	ปานกลาง	3.33	0.66	ปานกลาง	3.38	0.70	ปานกลาง	3.38	0.69	ปานกลาง
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้	4.40	0.60	มากที่สุด	4.39	0.60	มากที่สุด	4.50	0.65	มากที่สุด	4.45	0.65	มากที่สุด	4.44	0.63	มากที่สุด
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว	3.25	0.82	ปานกลาง	3.24	0.79	ปานกลาง	3.31	0.76	ปานกลาง	3.35	0.74	ปานกลาง	3.29	0.78	ปานกลาง
4. มีโอกาสในการรองรับการเติบโตของการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ	4.45	0.74	มากที่สุด	4.38	0.73	มากที่สุด	4.44	0.74	มากที่สุด	4.35	0.77	มากที่สุด	4.41	0.75	มากที่สุด
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.25	0.70	ปานกลาง	3.19	0.80	ปานกลาง	3.31	0.80	ปานกลาง	3.29	0.80	ปานกลาง	3.26	0.78	ปานกลาง
รวม	3.75	0.71	มาก	3.72	0.73	มาก	3.78	0.72	มาก	3.76	0.73	มาก	3.75	0.72	มาก

ตาราง 13 (ต่อ)

ปัจจัยปัจจัยที่ศึกษาทางด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และ การปลูกจิตสำนึก	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม			
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับ ศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูก จิตสำนึก	3.27	0.81	ปานกลาง	3.32	0.75	ปานกลาง	3.25	0.69	ปานกลาง	3.27	0.74	ปานกลาง
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลาย และ เหมาะสมกับความสามารถของนักท่องเที่ยว	4.37	0.77	มากที่สุด	4.31	0.76	มากที่สุด	4.48	0.80	มากที่สุด	4.37	0.79	มากที่สุด
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นัก ท่องเที่ยว	4.39	0.77	มากที่สุด	4.46	0.65	มากที่สุด	4.39	0.74	มากที่สุด	4.42	0.72	มากที่สุด
4. กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้ มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน	3.42	0.78	มาก	3.32	0.79	ปานกลาง	3.34	0.74	ปานกลาง	3.36	0.77	ปานกลาง
รวม	3.86	0.78	มาก	3.85	0.74	มาก	3.87	0.74	มาก	3.86	0.75	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ความคิดเห็นปัจจัยปัจจัยที่ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำรุงรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.44 มีค่าความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ และศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยปัจจัยที่ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.25 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว และการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 2.00 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ปัจจัยปัจจัยที่ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.44 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.41 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และมีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยปัจจัยที่ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึกโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว มี

ค่าเฉลี่ย 4.42 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และมีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ผลการศึกษาวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน

กรุงเทพมหานคร

วิสัยทัศน์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	แปรผล	S.D.	\bar{X}	แปรผล	S.D.	\bar{X}	แปรผล	S.D.	\bar{X}	แปรผล	S.D.	\bar{X}	แปรผล	S.D.
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบบรดท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอนาคตเมย์ เขียมเยือนกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่บนสองฟาก ฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลอง ร้อยๆ สาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสดินป่าและบึงน้ำ ใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สุด อากาศบริสุทธิ์ที่ดื่มป่าบางกระเจ้าปลอดของ กรุงเทพฯ เขียมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้ โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปศุศปชาย เลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัส ธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	3.29	0.74	0.68	3.29	0.68	0.74	3.41	0.74	0.68	3.29	0.68	3.32	0.71	0.68	0.71

ตาราง 14 (ต่อ)

วิทยาลัย	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ "ท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ช้อปปิงในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร โอเคอานสยาม ศูนย์รวมสินค้าพรีเมียมระดับโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานคร แห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติ เพียบพร้อมด้วยศักยภาพโรดทัวร์พรีเมียมหนึ่ง และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับพรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุคที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอาหารสุขภาพ ดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และยกระดับที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน	4.11	1.09	มาก	4.20	1.03	มาก	4.26	1.07	มากที่สุด	4.22	1.09	มากที่สุด	4.20	1.07	มาก

ตาราง 14 (ต่อ)

วิสัยทัศน์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			นักศึกษาไทย			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
3. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่ได้มีไปด้วยชีวิต ชิวๆ และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกช่วงเวลา ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน หากอยู่ร่วมกันมา นับนานมีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปี มาแล้ว ลองเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในงานประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่ได้ไปเยี่ยมชมรูปภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมใน กรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน	3.26	0.78	ปานกลาง	3.18	0.73	ปานกลาง	3.29	0.82	ปานกลาง	3.36	0.73	ปานกลาง



ตาราง 14 (ต่อ)

วิสัยทัศน์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
4. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงาม ด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่ได้ดั่งเดิม เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ฟังดนตรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันอย่างดีงาม เดินเข้าศาสนสถานเพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็วร้อนให้ผ่อนคลาย เดินช้อปปิ้งเพื่อลงบจิตใจช้อปปิ้งกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาครม เพื่อพักผ่อนที่ท่ามกลางความลับสนุ่ความของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อรวมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน	4.27	0.86	มากที่สุด	4.39	0.81	มากที่สุด	4.29	0.86	มากที่สุด	4.30	0.87	มากที่สุด	4.31	0.63	มากที่สุด
รวม	3.73	0.87	มาก	3.77	0.81	มาก	3.81	0.87	มาก	3.79	0.63	มาก	3.78	0.80	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ด้านวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานครโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงาม ด้วยสุนทรีย์ของศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่น่าสนใจ เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ผังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้เป็นอย่างดี เดินเข้าศาสนสถานเพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็วร้อนให้ผ่อนคลาย เดินช้อปปิ้งเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวในกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาศรม เพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ช้อปปิ้งในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนครแห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติ เพียบพร้อมด้วยศิลปะแพทย์โรคหัวใจมือหนึ่ง และบริการทางการแพทย์ที่มุ่งเน้นคุณภาพระดับพรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุค ที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.20 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอุทยานเยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลองร้อยๆ สาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้าปอดของกรุงเทพ เยี่ยมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปูกล้วยลายเลนชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และกรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกชั่วยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา

ของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่เต็มไปด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลาย วัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสัมคมบูรณาการอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ในกรุงเทพฯมหานคร

ยุทธศาสตร์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	S.D.	แปรผล
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	3.28	0.72	ปานกลาง	3.27	0.80	ปานกลาง	3.41	0.75	มาก	3.30	0.83	ปานกลาง	3.32	0.78
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	3.37	0.77	ปานกลาง	3.25	0.74	ปานกลาง	3.33	0.81	ปานกลาง	3.29	0.78	ปานกลาง	3.31	0.78
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน	3.33	0.84	ปานกลาง	3.20	0.82	ปานกลาง	3.26	0.82	ปานกลาง	3.25	0.77	ปานกลาง	3.26	0.81
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน	4.38	0.73	มากที่สุด	4.40	0.85	มากที่สุด	4.30	0.71	มากที่สุด	4.44	0.78	มากที่สุด	4.38	0.77
รวม	3.59	0.77	มาก	3.53	0.80	มาก	3.58	0.77	มาก	3.57	0.79	มาก	3.57	0.78

จากตาราง 15 พบว่า ด้านยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานครโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.57 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมายุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการพัฒนาลินค้าทางวัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนมีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว															
โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี	3.29	0.78	ปานกลาง	3.30	0.83	ปานกลาง	3.19	0.84	ปานกลาง	3.40	0.80	ปานกลาง	3.30	0.81	ปานกลาง
โครงการที่ 2 โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน	4.19	0.90	มาก	4.27	0.82	มากที่สุด	4.25	0.89	มากที่สุด	4.21	0.91	มากที่สุด	4.23	0.88	มากที่สุด
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาสร้าง Cruiseing แม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดบางกอกน้อย ตลอดบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย	3.43	0.70	มาก	3.31	0.70	ปานกลาง	3.45	0.70	มาก	3.32	0.70	ปานกลาง	3.38	0.70	ปานกลาง
โครงการที่ 4 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในกทม. ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย	3.44	0.75	มาก	3.61	0.80	มาก	3.57	0.84	มาก	3.45	0.86	มาก	3.52	0.81	มาก

ตาราง 16 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักทองเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D	แปรผล	\bar{x}	S.D	แปรผล	\bar{x}	S.D	แปรผล	\bar{x}	S.D	แปรผล			
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาถนนสายอาหาร ย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมไม่ย่ำ ประวัติศาสตร์เกะรัดนิกลิทฟร ขึ้นสู่ระดับ นานาชาติ	3.36	0.68	ปานกลาง	3.38	0.66	ปานกลาง	3.35	0.74	ปานกลาง	3.29	0.75	ปาน กลาง	3.35	0.71	ปานกลาง
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับ กรุงเทพมหานครเป็นมหานครซีอปปี้แห่ง อาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท ลีลม สภากร โอเคอม สยาม	4.46	0.70	มากที่สุด	4.46	0.74	มากที่สุด	4.45	0.70	มากที่สุด	4.42	0.78	มากที่สุด	4.45	0.73	มากที่สุด
โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม.ด้วย ระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนอินทรีย์อย่าง ยั่งยืน (Bio circular Green Management	3.50	0.74	ปานกลาง	3.26	0.78	ปานกลาง	3.34	0.78	ปานกลาง	3.24	0.69	ปาน กลาง	3.29	0.75	ปานกลาง
รวม	3.64	0.75	มาก	3.66	0.76	มาก	3.66	0.78	มาก	3.62	0.78	มาก	3.64	0.77	มาก

ตาราง 16 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร												
โครงการที่ 1 โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของ กทม. แทนการเผาและฝังกลบ	3.41	0.75	มาก	3.38	0.77	ปานกลาง	3.34	0.76	3.39	0.69	ปาน	ปาน
โครงการที่ 2 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวม และขยะในแต่ละเขต ในกทม.	4.24	0.88	มากที่สุด	4.28	0.93	มากที่สุด	4.33	1.01	4.28	0.93	มากที่สุด	มากที่สุด
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะและร้านค้าศูนย์ บวก ในบ้าน วัด โรงเรียน ในกทม.	3.41	0.68	มาก	3.47	0.78	มาก	3.36	0.74	3.41	0.80	มาก	มาก
โครงการที่ 4 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บน อาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกทม.	3.31	0.82	ปานกลาง	3.32	0.80	ปานกลาง	3.30	0.79	3.26	0.81	ปาน	ปาน
โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ใน กรุงเทพมหานคร	3.39	0.69	ปานกลาง	3.48	0.67	มาก	3.35	0.74	3.35	0.68	ปาน	ปาน
โครงการที่ 6 โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถ แท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตู้แท็กซี่ไฮบริดไฟฟ้า ใน กทม.	3.30	0.75	ปานกลาง	3.28	0.66	ปานกลาง	3.34	0.71	3.27	0.72	ปาน	ปาน
โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วย ระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนสีเขียวอย่าง ยั่งยืน (Bio circular Green Management)	4.35	0.77	มากที่สุด	4.44	0.78	มากที่สุด	4.39	0.73	4.31	0.76	มากที่สุด	มากที่สุด
รวม	3.63	0.76	มาก	3.66	0.77	มาก	3.63	0.78	3.61	0.77	มาก	มาก

จากตาราง 16 กลุ่มยุทธ์ที่ 1 กลุ่มยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อการพัฒนาการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครซ์อปปี้่งแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 2 โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 4 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่มในกทม. ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่นและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี มีค่าเฉลี่ย 3.30 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 1.2 กลุ่มยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.63 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 2 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขต ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 4.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.41 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีค่าความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 6 โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊กมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 4 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบน

หลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ



ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กทม

ยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว กลยุทธ์ 2.2 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว															
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยว กทม.	4.31	0.94	มากที่สุด	4.31	0.94	มากที่สุด	4.28	0.96	มากที่สุด	4.25	0.85	มากที่สุด	4.29	0.92	มากที่สุด
โครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม และบู๊ทแคมป์	3.22	0.76	ปานกลาง	3.19	0.84	ปานกลาง	3.33	0.81	ปานกลาง	3.23	0.73	ปานกลาง	3.24	0.79	ปานกลาง
โครงการที่ 3 โครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม	3.40	0.75	ปานกลาง	3.33	0.81	ปานกลาง	3.25	0.79	ปานกลาง	3.36	0.74	ปานกลาง	3.34	0.77	ปานกลาง
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานครสีเขียว ปอดมลพิษ สะอาดสบาย สำหรับทุกวัยในโลก	3.28	0.71	ปานกลาง	3.34	0.78	ปานกลาง	3.30	0.71	ปานกลาง	3.37	0.73	ปานกลาง	3.32	0.73	ปานกลาง
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก”	3.45	0.78	มากที่สุด	3.51	0.79	มากที่สุด	3.44	0.72	มากที่สุด	3.52	0.88	มากที่สุด	3.48	0.79	มากที่สุด
โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูดูสู่การท่องเที่ยวพร้อมแดนในเอเซีย”	4.39	0.77	มากที่สุด	4.35	0.73	มากที่สุด	4.39	0.73	มากที่สุด	4.41	0.74	มากที่สุด	4.39	0.74	มากที่สุด
รวม	3.68	0.79	มากที่สุด	3.67	0.82	มากที่สุด	3.67	0.79	มากที่สุด	3.69	0.78	มากที่สุด	3.68	0.79	มากที่สุด

ตาราง 17 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว															
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว	3.16	0.84	ปานกลาง	3.13	0.88	ปานกลาง	3.19	0.90	ปานกลาง	3.10	0.91	ปานกลาง	3.15	0.88	ปานกลาง
“กรุงเทพมหานคร เวิลด์ตะวันออก เพื่อลิ้มรส			กลาง						กลาง						
ธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมแม่น้ำ ลำคลอง ที่ริมน้ำ”															
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว	4.40	0.73	มากที่สุด	4.42	0.78	มากที่สุด	4.34	0.76	มากที่สุด	4.42	0.78	มากที่สุด	4.40	0.76	มากที่สุด
“บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie															
City ของหลกการอาหาร บน Street Food”															
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว	3.21	0.97	ปานกลาง	3.16	0.91	ปานกลาง	3.19	0.88	ปานกลาง	3.17	0.96	ปานกลาง	3.18	0.93	ปานกลาง
“เที่ยว Bangkok มหานครแห่งงานเทศกาลงาน			กลาง						กลาง						
ประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหาร															
ทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง															
รวม	3.59	0.85	มาก	3.57	0.86	มาก	3.57	0.85	มาก	3.56	0.88	มาก	3.57	0.86	มาก

จากตาราง 17 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูดูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน” มีค่าเฉลี่ย 4.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยว กทม. มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก” มีค่าเฉลี่ย 3.48 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.34 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพ มหานครสีเขียว ปลอดภัย สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ย 3.57 มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากรสอาหาร บน Street Food” มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานคร” แต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยว อาหาร ผลไม้ อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.18 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก” เพื่อสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมน้ำลำคลองที่ร่มเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.15 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว															
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของ กทม. แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ	4.32	0.90	มากที่สุด	4.29	0.83	มากที่สุด	4.23	0.88	มากที่สุด	4.31	0.89	มากที่สุด	4.29	0.88	มากที่สุด
โครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง	3.20	0.81	ปานกลาง	3.19	0.83	ปานกลาง	3.21	0.82	ปานกลาง	3.27	0.83	ปานกลาง	3.22	0.82	ปานกลาง
โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมใน กลุ่มชน 50 เขต	4.37	0.81	มากที่สุด	4.31	0.80	มากที่สุด	4.35	0.77	มากที่สุด	4.30	0.88	มากที่สุด	4.33	0.82	มากที่สุด
โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มัคคุเทศก์ใน อังกฤษ ไทย 50 เขต	3.37	0.78	ปานกลาง	3.30	0.74	ปานกลาง	3.27	0.61	ปานกลาง	3.38	0.52	ปานกลาง	3.33	0.66	ปานกลาง
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต	3.32	0.75	ปานกลาง	3.31	0.74	ปานกลาง	3.31	0.72	ปานกลาง	3.29	0.79	ปานกลาง	3.31	0.75	ปานกลาง
รวม	3.72	0.81	มาก	3.68	0.79	มาก	3.67	0.76	มาก	3.71	0.78	มาก	3.70	0.79	มาก

ตาราง 18 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาคอีสาน			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปร ผล	\bar{x}	S.D.	แปร ผล	\bar{x}	S.D.	แปร ผล	\bar{x}	S.D.	แปร ผล	\bar{x}	S.D.	แปร ผล
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้	4.49	0.70	มาก	4.37	0.69	มาก	4.38	0.73	มาก	4.36	0.73	มาก	4.40	0.71	มาก
โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม.			ที่สุด			ที่สุด									ที่สุด
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่าย สภาคหวิเศษชีพด้านการท่องเที่ยว	4.25	1.01	มาก	4.22	1.04	มาก	4.26	0.99	มาก	4.29	1.02	มาก	4.26	1.02	มาก
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านบริการท่องเที่ยว	3.38	0.72	ปาน	3.26	0.74	ปาน	3.31	0.76	ปาน	3.42	0.72	มาก	3.34	0.74	ปาน
พรมแดนในอาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ			กลาง			กลาง									กลาง
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนากลุ่มพหุภาคี เป็นศูนย์ประสานงานด้าน	3.37	0.81	ปาน	3.26	0.88	ปาน	3.26	0.78	ปาน	3.20	0.93	ปาน	3.27	0.85	ปาน
การท่องเที่ยววัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพ			กลาง			กลาง									กลาง
แพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย															
รวม	3.87	0.81	มาก	3.78	0.84	มาก	3.80	0.82	มาก	3.82	0.85	มาก	3.82	0.85	มาก

จากตาราง 18 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมใน แก่ชุมชน 50 เขต มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขต ของ กทม. แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต มีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.22 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.82 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ใน กทม. มีค่าเฉลี่ย 4.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.34 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 4 โครงการพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดก ภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย มีค่าเฉลี่ย 3.27 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน															
โครงการที่ 1 โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกทม. เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	3.40	0.73	ปานกลาง	3.28	0.74	ปานกลาง	3.39	0.68	ปานกลาง	3.25	0.73	ปานกลาง	3.33	0.72	ปานกลาง
โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวชมกรุงกรุงเทพมหานครตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี	4.41	0.65	มากที่สุด	4.46	0.65	มากที่สุด	4.36	0.64	มากที่สุด	4.37	0.73	มากที่สุด	4.40	0.67	มากที่สุด
โครงการที่ 3 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแบบไทย	4.28	0.99	มากที่สุด	4.19	1.03	มากที่สุด	4.25	0.89	มากที่สุด	4.18	0.93	มากที่สุด	4.23	0.96	มากที่สุด
โครงการที่ 4 โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทย ด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตร บ้านมุกข์เงินสิงห์ บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกทม.	3.38	0.72	ปานกลาง	3.28	0.78	ปานกลาง	3.41	0.75	มากที่สุด	3.31	0.78	ปานกลาง	3.35	0.76	ปานกลาง
รวม	3.87	0.77	มากที่สุด	3.80	0.80	มากที่สุด	3.85	0.74	มากที่สุด	3.78	0.79	มากที่สุด	3.85	0.78	มากที่สุด

ตาราง 19 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.	แปรผล	\bar{x}	S.D.
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน											
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกทม.	3.30	0.79	ปานกลาง	3.26	0.76	ปานกลาง	3.34	0.75	ปานกลาง	3.32	0.77
โครงการที่ 2 โครงการอบรมแกนแท็พทศ คณาจารย์ชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขต กทม.	3.27	0.87	ปานกลาง	3.33	0.79	ปานกลาง	3.27	0.82	ปานกลาง	3.29	0.82
โครงการที่ 3 โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกทม.	3.25	0.82	ปานกลาง	3.27	0.85	ปานกลาง	3.24	0.81	ปานกลาง	3.26	0.83
โครงการที่ 4 โครงการท่องเที่ยวอุบิสถม่ง สมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว	4.41	0.60	มากที่สุด	4.42	0.55	มากที่สุด	4.48	0.61	มากที่สุด	4.46	0.58
โครงการที่ 5 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถีอศีล 5 หัวหล้าใน กทม.	3.34	0.72	ปานกลาง	3.36	0.70	ปานกลาง	3.35	0.67	ปานกลาง	3.36	0.69
โครงการที่ 6 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ศิกสติ ฝึก สมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตใน กทม.	3.28	0.72	ปานกลาง	3.43	0.72	มาก	3.40	0.80	ปานกลาง	3.39	0.74
โครงการที่ 7 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อ ปัญญา ในวัด กทม.	3.35	0.75	ปานกลาง	3.22	0.74	ปานกลาง	3.37	0.81	ปานกลาง	3.32	0.76
รวม	3.46	0.75	มาก	3.47	0.73	มากที่สุด	3.49	0.75	มาก	3.49	0.74

จากตาราง 19 ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรมกรุงเทพมหานครตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณีสิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 3 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการที่ 4 โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตร บ้านมุกข์ชันลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 1 โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกทม. เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.49 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 4 โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.46 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการที่ 6 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 5 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศีล 5 ทั่วหล้าใน กทม. มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 1 โครงการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกทม. และโครงการที่ 7 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัด กทม. มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โครงการที่ 2 โครงการอบรมแก่นแท้พุทธศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขต กทม. มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และโครงการที่ 3 โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกทม. มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ผลข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะจากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครประเทศไทย ในประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

- 1.1 รณรงค์โครงการกรุงเทพสีเขียว สร้างพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร
- 1.2 ส่งเสริมการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวให้ดูดีอยู่เสมอและทำป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจน
- 1.3 ส่งเสริมให้ประชาชนร่วมมือกันพัฒนาพื้นที่บริเวณชุมชนที่พักอาศัย วัดและพื้นที่สาธารณะให้สะอาด ปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพิ่มเพื่อความสวยงาม
- 1.4 ส่งเสริมการสร้างจิตสาธารณะ รักและหวงแหนสมบัติของชุมชน
- 1.5 รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีความสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

2. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

- 2.1 เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น
- 2.3 พัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิต มีแหล่งอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แวะเรียนรู้ และรับประทานอย่างหลากหลาย
- 2.3 จัดงานอนุรักษ์ประเพณีในรูปแบบดั้งเดิมที่มีการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ประกอบการ และภาครัฐ
- 2.4 สร้างรูปแบบเศรษฐกิจส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชนแบบพอเพียง โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน

3. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการเพื่อพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน

- 3.1 สร้างความเข้าใจ และสร้างความรู้ด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนมากขึ้น
- 3.2 ประสานความร่วมมือกับโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จัดโครงการอบรม ยุวมัคคุเทศก์ ให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนในชุมชนได้

3.4 สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และอาสาสมัครนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการประสานงานอย่างมีพลัง

4. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

4.1 ส่งเสริมรูปแบบการทำกิจกรรมที่พัฒนาจิตใจในวันหยุด เช่น นั่งสมาธิ ใสบาตร ร่วมกิจกรรมการให้เพื่อยกระดับจิตใจในย่านชุมชน วัด และลานกิจกรรมสาธารณะของจังหวัด

4.2 จัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้คนในชุมชนนักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และอนุรักษ์วัฒนธรรม

4.3 จัดให้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้านวัฒนธรรม จัดจุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก กรุงเทพมหานคร และส่งเสริมให้มีการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ที่แสดงถึงความเป็นไทย เช่น การทำอาหารไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 3

รายงานการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา และการประเมินผลการดำเนินงาน

การประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครไปดำเนินการในโครงการนำร่อง โดยใช้เทคนิค A-I-C (Appreciation-Influence-Control) หรือสร้างการรับรู้ร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน มีการร่วมกัน ดำเนินการพัฒนาชุมชน ติดตามประเมินผล การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและกรุงเทพมหานคร ว่าพื้นที่ที่เหมาะสมกับการดำเนินโครงการนำร่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร คือ เขตห้วยขวาง เนื่องจากพื้นที่เขตห้วยขวางตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของของนักท่องเที่ยว ทั้งกิน ดื่ม เที่ยว ช้อปปิ้ง และพักพักผ่อนครบครันในทำเลเดียว โดยห้วยขวางนับเป็นอีกหนึ่งย่านการค้าและที่อยู่อาศัยใจกลางเมือง และกำลังเป็นย่านที่น่าจับตา เนื่องจากมีแหล่งช้อปปิ้งใหม่ ทั้งห้างสรรพสินค้าและคอมมูนิตี้มอลล์ ตลาดนัด ตลาดสด รวมถึงแหล่งช้อปปิ้งที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง อย่าง THE STREET นอกจากนี้พื้นที่เขตห้วยขวางยังเต็มไปด้วยคาเฟ่ เช่น ตลอดแนวถนนรัชดา ถนนประชากรราษฎร์บำเพ็ญ แหล่งแสงเข้าที่อย่างตลาดนัดจอร์จเจอร์ ที่มีร้านอาหารหลากหลาย และร้านค้า เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความรู้ และความเพลิดเพลิน เช่น พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้การลงทุน ร้านอาหารหลากหลาย ทั้งอาหารไทย อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหาร

เกาหลี รวมถึงมีเทศกาล เช่น พระพิฆเนศตร วัดอุทัยธาราม วัดพระรามเก้ากาญจนาภิเษก และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ เช่น การแสดงคาบาเรต์ รถโกคาร์ท และการเดินทางเข้าถึง สะดวก

อีกทั้งห้วยขวาง โดยเฉพาะตั้งแต่ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ รัชดา ห้วยขวาง ยังเป็นพื้นที่ที่ถูกเรียกว่าเป็น New China Town โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่มีครูสอนภาษาจีน ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่เข้ามาพักอาศัยในย่านนี้ เนื่องจากมีสถานทูตจีน ธนาคารจีน ประกอบกับ มีร้านอาหารจีนต้นตำรับที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกลิ่นไอของความเป็น New China Town

โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า

“.....ห้วยขวาง ถึงได้กลายเป็นย่านน่าเที่ยว ไม่แพ้ที่อื่นๆ ในกรุงเทพฯ เพราะ มีทั้งเอกลักษณ์และไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายมากมาย ให้เราได้รู้จักไม่รู้จบ..”

“.....ห้วยขวาง นับได้ว่าเป็นศูนย์กลาง หรือ Hub Location ที่ใหญ่ที่สุดของคน กรุงเทพฯ ย่านรัชดา - ห้วยขวาง ยังคงไม่หยุดพัฒนา เห็นได้จากการขยายตัวของ อาคาร สำนักงานออฟฟิศ ธุรกิจสตาร์ทอัพ ห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงร้านอาหารมากมาย ทำให้อ่านนี้ จะเติบโตอย่างรวดเร็ว มีกิจกรรมที่สามารถทำได้ตลอดทั้งวัน ทั้งคืน ซึ่งตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยว ทั้งกิน เที่ยว ช้อปปิ้ง ที่ปัจจุบันขาดไม่ได้อย่างห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่มีเหล่านักช้อปปิ้งจากทุกสารทิศแวะเวียนมาใช้บริการ อาทิเช่น Central rama 9, Fortune town, Esplanade The street ratchada และจอร์จทาวน์.....”

“.....ห้วยขวาง เป็นพื้นที่ที่ต้องยอมรับว่าเมื่อมาเที่ยว อาจต้องตกตะลึงเนื่องจาก สองฝั่งถนนซึ่งเต็มไปด้วยป้ายโฆษณาภาษาจีนโดดเด่นสะดุดตา ร้านขายสินค้าและอาหารจีน มีนักท่องเที่ยวเดินกันขวักไขว่ตลอดทั้งวัน ไม่น่าแปลกใจที่ถนนเส้นนี้จะถูกเรียกว่า "นิว ไชน่าทาวน์" (New Chinatown) แห่งใหม่ของกรุงเทพมหานคร....”

“.....คนจีนห้วยขวางส่วนมากเข้าใจวัฒนธรรมไทยแล้ว ไม่ใช่นักท่องเที่ยวบางคนที่ยัง มาเที่ยวเป็นครั้งแรก ไชน่าทาวน์ห้วยขวางน่าจะเป็นแลนด์มาร์คใหม่ของการท่องเที่ยว คงเปรียบเสมือนชุมชนชาวต่างประเทศในเมืองใหญ่ๆทั่วโลก เช่น Little India ย่านชุมชนของคน อินเดียที่ลิงคี่ปอร์ Little Italy ที่นครนิวยอร์ก หรือ ย่านชาวอาหรับที่นานา ย่านชาวญี่ปุ่น สุขุมวิท ที่นับวันยิ่งขยายตัวและยากที่จะปฏิเสธถึงการมีอยู่ของชุมชนเหล่านี้.....”

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา และประเมินผลการดำเนินงาน ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม อยู่ในสำนักงานเขตห้วยขวาง หรือที่เรียกกันว่า ย่านไชน่าทาวน์ใหม่ มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้า เต็มไปด้วยร้านอาหารที่

มีชื่อเสียง ปัจจุบันห้วยขวาง ได้กลายเป็นอีกหนึ่งย่านที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในย่านดังกล่าว แต่ยังคงขาดในเรื่องการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวและที่สำคัญในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ มีความต้องการที่จะพัฒนาชุมชน มีความพร้อมในการเรียนรู้และการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานที่ดังกล่าวในการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาในการพัฒนา ระหว่างปี พ.ศ. 2564-2565 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 สำรวจ ตรวจสอบและสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนดังกล่าว โดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้คือแบบรายงานการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยว และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ หลังจากที่ได้ประเมินพื้นที่ชุมชนแล้ว พบว่า พื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการนำร่อง ผู้วิจัยได้ประชุมกับชุมชนเพื่ออภิปรายและตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ขั้นที่ 2 กระบวนการรับรู้ร่วมกัน

ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่มย่อย ที่ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ โดยเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเข้าร่วม ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ร่วมกันระดมสมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยผลจากการประชุมกลุ่มย่อยที่ประชุมมีความคิดเห็นตรงกันว่าควรมีการจัดตั้งกลุ่มหรือเครือข่ายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเยาวราช เพื่อบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้วิจัยจึงได้นำมติจากที่ประชุมกลุ่มย่อยมาเตรียมการดำเนินโครงการนำร่องในพื้นที่ชุมชนต่อไป

ขั้นที่ 3 ขั้นเตรียมความพร้อมและขั้นดำเนินการ

ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว และร่วมกันสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการนำร่อง และนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติการในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

ขั้นที่ 4 ติดตาม และประเมินผล

ผู้วิจัยจัดประชุมร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในขั้นประเมินผลการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยได้นำคณะนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในพื้นที่ห้วยขวาง จำนวน 40 คน และทำการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถาม และผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและคณะกรรมการเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยชุมชนตามแผนยุทธศาสตร์ที่ชุมชนได้ร่วมสร้าง ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษานำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินการนำร่องในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริและประเมินผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. รายงานการศึกษาชุมชน

ข้อมูลทางกายภาพ

ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริตั้งอยู่ในเขตห้วยขวางจัดตั้งครั้งแรกโดยแบ่งพื้นที่ทำการปกครองบางส่วนมาจากเขตพญาไทตาม “พระราชกฤษฎีกาแบ่งเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2516” เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2516 โดยเป็นเขตปกครองลำดับที่ 24 ของกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันสำนักงานเขตห้วยขวาง ตั้งอยู่เลขที่ 2 ถนนประชาอุทิศ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นที่ประมาณ 15.033 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 3 แขวง คือ แขวงห้วยขวาง แขวงบางกะปิและแขวงสามเสนนอก สถิติประชากรจากทะเบียนบ้านรวม 83,395 คน (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2564) นอกจากนั้นในพื้นที่เขตยังมีประชากรแฝง ซึ่งเข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเขตห้วยขวางเป็นเขตชั้นในและเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การคมนาคมและที่พักอาศัย

สภาพทางภูมิศาสตร์ เขตห้วยขวาง มีอาณาบริเวณติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ เขตจตุจักร เริ่มต้นจากจุดบรรจบระหว่างแนวขอบทางของถนนรัชดาภิเษกด้านตะวันออกกับคลองน้ำแก้วฝั่งเหนือไปทางทิศตะวันออกตามคลองน้ำแก้วฝั่งตะวันออก

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตวังทองหลาง เริ่มต้นจากจุดบรรจบระหว่างคลองน้ำแก้วฝั่งเหนือกับคลองลาดพร้าวฝั่งตะวันออกไปทางทิศใต้ตามคลองแสนแสบฝั่งตะวันออกถึงแนวคลองแสนแสบฝั่งเหนือที่ปากคลองตัน

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตวัฒนา เริ่มต้นจากคลองแสนแสบฝั่งเหนือปากคลองตันไปทางทิศตะวันตกตามแนวคลองแสนแสบฝั่งเหนือบรรจบแนวขอบทางของถนนอโศกดินแดงด้านตะวันออก

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตราชเทวีและเขตดินแดงเริ่มต้นจากจุดบรรจบระหว่างคลองแสนแสบฝั่งเหนือกับแนวของถนนอโศกดินแดงและถนนรัชดาภิเษกด้านตะวันออกบรรจบกับคลองน้ำแก้วฝั่งเหนือ



ภาพ 21 แผนที่เขตห้วยขวาง

ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/ห้วยขวาง>

การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and connectivity)

เขตห้วยขวาง เป็นชุมชนที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของกรุงเทพมหานคร โดยมีระบบคมนาคมขนส่งที่ทั่วถึงและสะดวกในทุกด้าน ทั้งทางบก ทางเรือซึ่งทุกเส้นทางสามารถเชื่อมโยงไปยังเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร มีระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ประกอบด้วย รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า ทั้ง BTS และ MRT รถโดยสารสาธารณะ และเรือ ที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ทำให้ห้วยขวางเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

การขนส่งทางบก

การคมนาคมทางบก ของกรุงเทพมหานคร มีรถประจำทางทั้งรถร่วมบริการ และรถประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) ที่ให้บริการในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล โดยให้บริการในเวลา 04.00-23.00 น. และบางเส้นทางเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีระบบรถไฟฟ้า ขนส่งมวลชน MRT นอกจาก MRT แล้วยังมีรถไฟฟ้า

เฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา หรือรถไฟฟ้า BTS มีรถยนต์รับจ้างสาธารณะ และรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

การขนส่งทางน้ำ

การเดินทางทางน้ำเป็นอีกทางเลือกของห้วยขวาง มีระบบขนส่งมวลชนในเส้นทางคลอง คือ คลองแสนแสบ

2. รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของเขตห้วยขวาง

รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวเขตห้วยขวางชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสำรวจ ตรวจสอบ การทำชุมชนศึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ร่วมกับผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบและรายงานผลทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ดังนี้

รายงานผลการศึกษาความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ห้วยขวาง

2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวแสดงความเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติที่สำคัญสอดคล้องกันดังนี้ พื้นที่เขตห้วยขวางมี ทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วย คลองแสนแสบ สวนสาธารณะริมคลอง สะพานข้ามคลอง คลองสวนน้ำใส และสายคลองลาดพร้าว นอกจากนี้ห้วยขวางยังมีสวนสาธารณะ 7 แห่ง คือ สวนพรรณภิรมย์ สวนหย่อมหน้าศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย และสวนสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้าศรีเสวฤทธิ์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวเพิ่มเติมด้วยว่า ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ห้วยขวางมีโอกาสพัฒนาให้เป็นปอดกลางกรุงได้

โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า

“.....ห้วยขวางมีปอดในเมืองไม่เยอะ แต่หากนึกถึงธรรมชาติ สวนพรรณภิรมย์ ก็เป็นสวนสาธารณะที่มีจุดเด่นคือมีโครงการปลูกต้นราชพฤกษ์เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่สามารถพักผ่อน วิ่งออกกำลังกายได้ และมีพื้นที่รองรับการเล่นกีฬาได้หลากหลายชนิด เรียกได้ว่าเป็นจุดรวมตัวของนักกีฬาวิ่งเล่นก็ได้...”

“.....เมื่อพูดถึง คลองสวยน้ำใส เป็นโครงการที่ถูกปรับปรุงภายใต้ โครงการคลองสวย น้ำใส 1 เขต 1 คลอง โดยกรุงเทพมหานครได้คัดเลือกคลองที่จะพัฒนาและปรับปรุงในพื้นที่ 50 เขต ซึ่งในพื้นที่เขตห้วยขวาง ได้มีการปรับปรุงลำรางแยกคลองห้วยขวาง 1 และ คลองชวดบางจาก ที่ปัจจุบันมีการบริหารจัดการขยะ และกำจัดวัชพืช ปรับปรุงภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมให้สวยงามน่าอยู่อาศัย น้ำไหลสะดวก”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวางพบว่า มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นทางธรรมชาติสอดคล้องกันโดยไม่มีนัยยะสำคัญผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นของเขตห้วยขวาง ดังนี้ คลองสวยน้ำใส คลองแสนแสบ สะพานข้ามคลอง สวนสาธารณะริมคลอง และสายคลองลาดพร้าว และสวนสาธารณะ

2.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นสอดคล้องกันดังนี้ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก วัดอุทัยธาราม พิพิธภัณฑ์เครื่องเล่นกระบอกเสียงและหีบเสียงไทย ธรรมสถานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 ศาลพระพิฆเนศ ชุมชนมุสลิม และการจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตคลอง เป็นต้น

“.....ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย นอกจากจะมีการจัดการแสดง และคอนเสิร์ตแล้ว ยังมีการสอนภาษา ต่างประเทศ เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น นอกจากนี้บางช่วงมีการเปิดสอนงานศิลปะ รำไทย ดนตรีไทย หรือแม้กระทั่งทำขนม...”

“.....วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก เดิมเข้าใจว่าเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 9 แต่เมื่อทราบภายหลังคือมีโครงการพระราชดำริมากมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชน”

“..... วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก เรียกได้ว่าเป็นวัดเรียบง่ายพอเพียง เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน นอกจากนี้ที่นี่ยังใช้เป็นที่พักอบกิจกรรมต่างๆ ทางศิลปกรรม และจริยธรรมเพื่อพัฒนาชุมชน และยังมีโรงเรียนอยู่ในวัดเป็นหลัก สามประสาน หรือ บวร ...”

“.....ห้วยขวางก็มีนะ..โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการล่องเรือท่องเที่ยวคลองลาดพร้าว เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนพื้นที่เขต ซึ่งการเดินทางเริ่มจากท่าเรือวัดลาดพร้าว ถึงชุมชนบึงพระราม 9 ตลอดเส้นทางการล่องเรือจะได้พบกับกิจกรรม ดังนี้ ชมวิถีชีวิตของชาวชุมชนริมคลองลาดพร้าว การบริหารจัดการและการอนุรักษ์คูคลองของชาวชุมชน เช่น การปลูกหญ้าแฝก กิจกรรมเติมจุลินทรีย์บำบัดน้ำเสียในชุมชน และการเตรียมความพร้อมของชาวชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนา

คุณลอง ให้เป็น Venice Bangkok เป็นการดำเนินงานร่วมกับประชาคมเขตห้วยขวาง ชมรมสยิด อิมารอตุ้ตดิน แวะกราบนมัสการพระพุทธรูปกาญจนธรรมสถิตวัดพระราม 9 กาญจนภิเษก อารามหลวง ชมโครงการบ่อบำบัดน้ำเสียในพระราชดำริ (บึงพระราม 9) และชมพิพิธภัณฑ์ ปลายทางจิต บึงพระราม 9 และชมอุโมงค์ยักษ์ระบายน้ำพระราม 9...”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวางพบว่า มีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมสอดคล้องกันโดยไม่มีนัยยะสำคัญผู้วิจัยจึงขอสรุปผล ความคิดเห็นทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นของเขตห้วยขวาง ดังนี้ วัดพระราม 9 ธรรม สถานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย กาญจนภิเษก วัดอุทัยธาราม พิพิธภัณฑ์เครื่องเล่นกระบอกเสียงและหีบเสียงไทย ศาลพระพิฆเนศ ชุมชน มุสลิม และการจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตคลอง

2.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และ นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรประเพณี เทศกาล มหกรรมที่โดดเด่น สอดคล้องกันดังนี้ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารนานาชาติ มหกรรมงาน แสดงสินค้า มหกรรมอาหารนานาชาติ เป็นต้น

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“.....เทศกาลตรุษจีน เขตห้วยขวาง จัดงานเป็นครั้งแรก ปี 2566 โดยเป็นโอกาสในการประกาศเป็นไฮไลท์ทาว์นแห่งที่ 2 ของกรุงเทพมหานคร ที่ห้วยขวางก็เน้นการสนับสนุน ศิลปวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างไทยและจีนในพื้นที่ และที่สำคัญเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจใน เขตห้วยขวาง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยว การขนส่ง ไปจนถึงร้านอาหารต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นการดึงอัตลักษณ์ของเขตห้วยขวางมานำเสนอให้แพร่หลายมากขึ้น ในฐานะ “ไฮไลท์ทาว์นแห่งใหม่” ของกรุงเทพมหานคร....”

“...เทศกาลกินเจ เดียวนี้ไม่ต้องไปเยาวราชก็ได้ ห้วยขวางก็มี อาหารเจหลากหลาย ให้ได้เลือก...”

“.....เทศกาลอาหารนานาชาติ ห้วยขวางจัดกิจกรรมบ่อย บางปีก็ในรูปแบบงานวัด”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวางพบว่า มีความคิดเห็นต่อ

ทรัพยากรการที่โดดเด่นทางประเพณี เทศกาล มหกรรม สอดคล้องกันโดยไม่มีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลความคิดเห็นทรัพยากรด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่นของเขต ห้วยขวาง ดังนี้ เทศกาลอาหารนานาชาติ มหกรรมงานอาหารนานาชาติ มหกรรมการแสดง ลินค้ำ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ

2.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

โดยภาพรวมผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ประชาชน และผู้แทน นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านกิจกรรมที่โดดเด่น สอดคล้องกันดังนี้ การดูการแสดงมหรสพโรงละครกรุงเทพ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย สยามนิรมิต การแสดง คาบาเร่ต์ เรียนรู้เรื่องการลงทุนที่พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้การลงทุน การรับประทานอาหาร เชียงตุง อาหารจีน การไหว้พระขอพรพระพิฆเนศ รับประทานอาหารและเลือกซื้อสินค้า สตรีท รัชดา ตลาดจ๊อดแฟร์ ตลาดนัดรถไฟรัชดา การปั่นจักรยาน นั่งเรือชมภูมิทัศน์ริมคลอง ทำผ้า มัดย้อมจากผัก การถนอมอาหาร และการทำอาหารเชียงตุง

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“..... ท่องราตรีย่านห้วยขวาง ก็สามารถเดินทางมาสักการะพระพิฆเนศได้ ที่นี้เปิด ตลอด 24 ชั่วโมง พระพิฆเนศ เป็นเทพแห่งความเฉลียวฉลาด ปัญญา รวมถึงศิลปะวิทยาการ ต่างๆ ที่สำคัญเป็นเทพที่บันดาลความสำเร็จตามความเชื่อ....”

“.....ตลาดนัดจ๊อดแฟร์ เรียกได้ว่าเป็นทางสะดวก ด้วยเพราะพิกัดน่าจะเป็นที่ ค่อนข้างของเหล่าขาช้อปเป็นอย่างดี เดินทางมาก็สะดวก เหมาะแก่การแสงอาทิตย์ ที่นี้รวบรวม สินค้าไว้หลากหลาย ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม คาเฟ่แบบมินิมอล สตรีทฟู้ดชื่อดัง ของตลาดนัด รถไฟ ร้านผัก-ผลไม้พรีเมียม ร้านต้นไม้ งานคราฟต์ งานแฮนด์เมดแบบคูลๆ และอีก หลากหลายไอเทมทั้งเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ ของแต่งบ้าน งานวินเทจ เหมาะกับขาช้อปและชากิน...”

“.....กิจกรรมในพื้นที่ห้วยขวาง ก็ทำได้เช่นเรามีตลาดขนาดใหญ่ของเสื้อผ้าห้อยเยอะ ลีจากผัก ก็สามารถนำมาทำผ้ามัดย้อมได้....”

“.....กิจกรรมถนอมอาหาร ก็จัดให้นักท่องเที่ยวได้ ผลไม้ตามฤดูกาลประเทศไทยมี เยอะ เอามาทำการถนอมอาหารก็...”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวางพบว่า มีความคิดเห็นต่อ ทรัพยากรการที่โดดเด่นด้านกิจกรรม สอดคล้องกันโดยไม่มีนัยยะสำคัญผู้วิจัยจึงขอสรุปผล ความคิดเห็นทรัพยากรด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม ที่โดดเด่นของเขตห้วยขวาง ดังนี้

เรียนรู้เรื่องการลงทุนที่พิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้การลงทุน ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย การดูการแสดงมหรสพโรงละครกรุงเทพ สยามนิรมิต การแสดงคาบาเร่ต์ การรับประทานอาหาร อาหารเชียงตุง อาหารจีน การไหว้พระขอพรพระพิฆเนศ รับประทานอาหารและเลือกซื้อสินค้า สตรีทรัชดา ตลาดจ๊อดแฟร์ ตลาดนัดรถไฟรัชดา การปั่นจักรยาน นั่งเรือชมภูมิทัศน์ ริมนครหลวง ทำผ้ามัคค์ย้อมจากฝัก การถนอมอาหาร และการทำอาหารเชียงตุง

2.5 ทรรศนะที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ

โดยภาพรวมผู้แทนภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ประชาชน และผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรรศนะด้านบริการที่สำคัญโดดเด่นสอดคล้องกัน ดังนี้คือ มีระบบ สาธารณูปโภค ถนนไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ป้ายบอกทาง การเดินทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้ง่ายทั้ง รถยนต์ รถไฟฟ้า รถโดยสารประจำทาง เรือ มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร หลากสไตล์ มีศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง

โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“..... มาเที่ยวห้วยขวาง เดินทางสะดวก จุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น พระพิฆเนศ จอร์จแฟร์ หรือแม้กระทั่ง ตลาดห้วยขวาง จอร์จแฟร์ ออกจากสถานีรถไฟฟ้าก็ถึงเลย...”

“.... โรงแรม ในห้วยขวางก็มีหลากหลายสไตล์ ทั้งบูติกโอเทล โฮสเทล ไปจนกระทั่งถึง โรงแรม 5 ดาว นักท่องเที่ยวที่มาเยือนก็เลือกพักได้ตามความชอบ หรือแม้กระทั่งตามราคาในดวงใจ...”

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวางพบว่า มีความคิดเห็นต่อทรรศนะการที่โดดเด่นด้านบริการ สอดคล้องกันโดยไม่มีนัยยะสำคัญผู้วิจัยจึงขอสรุปผล ความคิดเห็นทรรศนะบริการ ที่โดดเด่นของเขตห้วยขวาง ดังนี้ การเดินทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้ง่ายทั้ง รถยนต์ รถไฟฟ้า รถโดยสารประจำทาง เรือ มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร หลากสไตล์ มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง

3. รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

เขตห้วยขวาง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง โดยเขต ห้วยขวางเป็น 1 ใน 9 เขตที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร มีชุมชน ที่ประกอบด้วย ชุมชนเมือง ชุมชนหมู่บ้านจัดสรร ชุมชนอาคารสูง และ ชุมชนแออัด และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมเชื่อมต่อพื้นที่สำคัญ มีระบบคมนาคมหลากหลาย อาทิ รถไฟฟ้าใต้ดินที่สามารถเชื่อมต่อไปยัง Airport Real Link และรถไฟฟ้าบีทีเอสได้ รถตู้ สาธารณะและรถโดยสารขนส่งมวลชนกรุงเทพ มีถนนที่สำคัญ เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนน พระราม 9 ถนนประชาสงเคราะห์ ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ ถนนเทียมร่วมมิตร ถนนเพชรบุรี ตัดใหม่ ถนนอโศกขดินแดง ซึ่ง มีจุดเริ่มต้นบริเวณจุดตัดกับถนนอโศก-ดินแดงสิ้นสุดที่คลอง แสลงแสน ทำให้เขตห้วยขวางมี การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยมีโครงการ อาคารสำนักงานขนาดใหญ่ มีการขยายตัวของคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าเดิม และแนว รถไฟฟ้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ห้วยขวางเป็นเขตที่มีการจดทะเบียนอาคารชุดมาก ที่สุดในกรุงเทพมหานคร และมีการจัดสรรพื้นที่สำหรับค้าขายสินค้าและบริการทั้งกลางวันและ กลางคืน ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนาม “ย่าน 24 ชั่วโมง” ห้วยขวางจึงเป็นแหล่งเที่ยวอีกแห่งใน กรุงเทพมหานคร หรือ “นิว ไชน่าทาวน์” ซึ่งการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวทำให้เกิด การก่อสร้างโรงแรม ห้างสรรพสินค้า และตลาดนัดขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ โดยผู้วิจัย สามารถสรุปภาพรวมของพื้นที่เขตห้วยขวาง และพื้นที่โดยรอบชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ดังนี้

3.1 จุดแข็ง (Strengths)

โดยภาพรวม พบว่าพื้นที่ห้วยขวางและชุมชนโดยรอบหมู่บ้านสุนทรศิริมี จุดแข็ง คือ มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม ศาลพระพิฆเนศ และมีทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านกิจกรรมต่างๆ ที่โดดเด่น เป็นชุมชนชาวจีนเข้ามาตั้งรกรากและอาศัยอยู่ จึงเป็นศูนย์กลางด้านอาหาร เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของกรุงเทพมหานคร มีระบบ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก มีแหล่งเลือกซื้อสินค้า แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง สำนักงานเขต มีการบูรณาการ ท างานร่วมกันกับหน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

โดยภาพรวมพบว่าห้วยขวางมีจุดอ่อน คือ ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อขยายบนอินเทอร์เน็ต ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากต่างชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม นอกจากนี้ห้วยขวางยังมีจุดอ่อนสำคัญในการพัฒนา คือ อัตรากำลังบุคลากรด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับภารกิจ บุคลากรจำนวนมาก ขาดความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และการบังคับใช้มีอยู่จำกัด

3.3 โอกาส (Opportunities)

ห้วยขวางมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จาก กระแสโลก ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก คือ ตลาดจีน มีระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยง ในการท่องเที่ยว มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต/เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว กระแสสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ภาคเอกชนประชาชนมีการตื่นตัวรับรู้ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ทำให้หน่วยงานมีการพัฒนาปรับปรุงตลอดเวลา

3.4 อุปสรรค (Threats)

เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่มีความหนาแน่นประชากรสูง มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19 ปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต และเป็นพื้นที่ของอาชญากรข้ามชาติ และการฟอกเงิน เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ ความหนาแน่นประชากรสูง ขาดการจัดการ สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ปัญหาด้านคมนาคม การจราจรติดขัด และสาธารณูปโภคพื้นฐาน การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง/ผู้บริหาร ทำให้การจัดการตามนโยบาย แผนงานที่วางไว้ไม่มีความต่อเนื่อง โลกยุคโลกาภิวัตน์ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้หน่วยงานต้องปรับให้ทันต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) และ TOWS
 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนชุมชนหมู่บ้าน
 สุพรรณศิริ

จุดแข็ง (Strength: S)	จุดอ่อน (Weakness: W)	
1. มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม ศาลพระพิฆเนศ 2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมต่างๆ ที่โดดเด่น 3. เป็นชุมชนชาวจีนเข้ามาตั้งรกรากและอาศัยอยู่ เป็นศูนย์กลางด้านอาหาร 4. เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของกรุงเทพมหานคร 5. มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก มีแหล่งเลือกซื้อสินค้า แหล่งอาหาร นวดสถานบันเทิง	1. ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3. ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 4. การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม	
โอกาส (Opportunity: O)	กลยุทธ์เชิงรุก จุดแข็ง+โอกาส (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น จุดอ่อน+โอกาส (WO)
1. ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ 2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน มุสลิม 3. มีระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยง ในการท่องเที่ยว 4. มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต 5. มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว	1. แปรนต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2. แปรนต์ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์เยือนหัวขวาง 3. แปรนต์พัฒนาจิตใจ 4. แปรนต์ช้อปปี้ง	1. สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 2. ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว 3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัล 4. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น 5. สื่อสารสินค้าและบริการเป็นแปรนต์

ตาราง 20 (ต่อ)

อุปสรรค (Threats: T)	กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน จุดแข็ง+อุปสรรค (ST)	กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม จุดอ่อน อุปสรรค (WT)
1. เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่มีความหนาแน่นประชากรสูง การจราจรติดขัด	1. ใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนา	1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง	2. มีการบริหารจัดการทรัพยากร	2. อบรมการพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชนชุมชนในกรุงเทพมหานคร
3. ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19	3. พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	3. พัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้อง
4. โลกมีปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต	4. พัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว	4. การสร้างเครือข่าย การพัฒนาท่องเที่ยว
5. การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน		4. เครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว
		5. พัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยว
		6. อนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
		7. พัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ห้วยขวาง

จากการประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกัน ผู้วิจัยขอสรุปประเด็นสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่

4.1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำรุงรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

4.1.2 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ

4.1.3 มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ

4.1.4 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในอนาคต

4.2 ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

4.2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ

4.2.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่

4.2.3 การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

4.2.4 การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

4.2.5 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ

4.3 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรม

4.3.2 ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้

4.3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

4.3.4 มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ

4.3.5 มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.4 ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก

4.4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก

4.4.2 มีวิธีการสื่อความหมาย ที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

4.4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.4.4 กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

5. กระบวนการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง

รายงานผลจากการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทน 4 กลุ่ม ได้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

5.1.1 วิสัยทัศน์

1) ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรม และกิจกรรมที่โดดเด่นของชุมชน ที่ตั้งอยู่บนฝั่งคลองแสนแสบ คลองสอยน้ำใส สายคลองลาดพร้าว จัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตคลอง ไหว้ขอพรพระพิฆเนศ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรียนรู้วัฒนธรรมชาวจีนนิวไชน่าทาวน์

2) ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่ง จับจ่ายซื้อของตลาดนัดรัชดา แหล่งอาหารเจ้าตำรับดั้ง ศูนย์รวมศิลปวัฒนธรรม และมีกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติอาหารที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และกระจายรายได้สู่ชุมชน

3) ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวไหว้พระขอพรพระพิฆเนศ สัมผัสห้วยขวางที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกช่วงยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม สังคมของความหลากหลาย ศรัทธา ความเชื่อ ท่องเที่ยว ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต

ที่เต็มไปด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาสังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน

4) ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนห้วยขวาง ด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่น่าสนใจ เยี่ยมเยือน เดินช้อปปิ้งเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวในธรรมสถานเพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

5.1.2 ยุทธศาสตร์

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวริมคลองกลางกรุงในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวคลองสอยน้ำใสสายคลองลาดพร้าว พร้อมคู่มือ

โครงการที่ 2 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน และริมคลอง เพื่อสร้างห้วยขวางสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย

กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะเขตห้วยขวาง

โครงการที่ 2 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียนในเขตห้วยขวาง

โครงการที่ 3 โครงการจัดการขยะของห้วยขวาง ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนสีเขียวอย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยวหัวขวง

โครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา
พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ค และกูเกิ้ล เขตหัวขวง

กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “ซ้อปปิ้งและกินอาหารสตรีทฟู้ด
เขตหัวขวง

โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “วิถีชีวิตคลองกลางกรุง”

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวหัวขวง
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ

โครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวขวง ด้วยหลัก
เศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง

โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ
วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมในชุมชนหัวขวง

โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย
ในเขตหัวขวง

กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวหัวขวง

โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยว อาหารสุขภาพ มหกรรมบันเทิงเขตหัวขวง

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการเพื่อ
อนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อ
การกองทัพเรืออย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาโปรแกรมการกองทัพเรือมหกรรมห้วยขวาง
ตลอดปี

โครงการที่ 2 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย อาหารจีน ภูมิปัญญา
ด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการกองทัพเรือ
อย่างยั่งยืน

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการพัฒนากองทัพเรือเชิงอนุรักษ์ในห้วยขวาง

โครงการที่ 2 โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ในชุมชนอย่างยั่งยืน .

โครงการที่ 3 โครงการกองทัพเรือ slowlife วิถีพุทธ ห้วยขวาง

โครงการที่ 4 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศีล 5



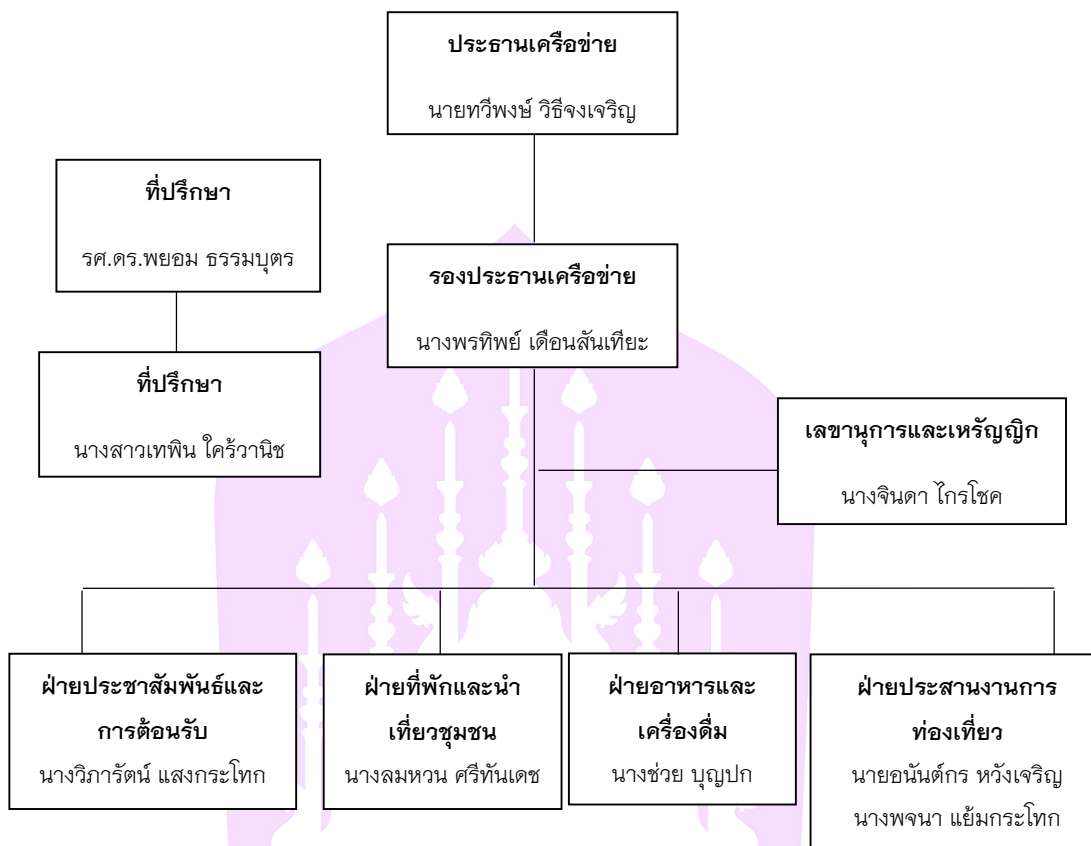
การดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในชุมชนสุนทรศิริ

ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และรวมตัวกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้มีการจัดตั้งเครือข่ายในพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ โดยได้ทำการคัดเลือกประธานโดยการเสนอชื่อและลงคะแนนเสียง ปรากฏว่า นายทวีพงษ์ วิธิจงเจริญ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประธานเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ และได้มีการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของเครือข่าย ตำแหน่ง และความรับผิดชอบ ที่ประชุมได้ตั้งคณะกรรมการ ดังนี้

- | | |
|------------------------------|---|
| 1.1 นายทวีพงษ์ วิธิจงเจริญ | ประธานชมรมหมู่บ้านสุนทรศิริ |
| 1.2 นางสาวเทพิน ไคร้ววนิช | ที่ปรึกษาชมรม |
| 1.3 รศ.ดร.พยอม ธรรมบุตร | ที่ปรึกษาชมรม |
| 1.4 นางพรทิพย์ เตือนสันเทียะ | รองประธานชมรม |
| 1.5 นางจินดา ไกรโชค | เลขานุการและเหรัญญิก |
| 1.6 นางวิภารัตน์ แสงกระโทก | กรรมการ
(ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการต้อนรับ) |
| 1.7 นางลมหวน ศรีทันเดช | กรรมการ
(ฝ่ายที่พักและนำเที่ยวชุมชน) |
| 1.8 นางช่วย บุญปก | กรรมการ
(ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม) |
| 1.9 นายอนันต์กร หวังเจริญ | กรรมการ
(ฝ่ายประสานงานการท่องเที่ยว) |
| 1.10 นางพจนา วิธิจงเจริญ | กรรมการ
(ฝ่ายประสานงานการท่องเที่ยว) |



ภาพ 22 โครงสร้างการบริหารจัดการเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยว
ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

2. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในหมู่บ้านสุนทรศิริ

ผู้วิจัยใช้อาจารย์เอกประสงค์โรงเรียนกุนนที เป็นที่จัดอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน เป็นเวลา 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการจัดอบรมประกอบด้วย หลักการและองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาด การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวชุมชน การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว ภายในชุมชน การสื่อความหมาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น การฝึกปฏิบัติการมัดคุเทศก์ท้องถิ่น การสร้างทักษะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดการพัฒนายั่งยืน

3. การกำหนดรูปแบบกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยว

ผู้วิจัย ประธานและสมาชิกชมรมได้ร่วมกันออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกำหนดกิจกรรม การบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่ ได้แก่ กิจกรรมการถนอมอาหาร กิจกรรมผ้ามัดย้อมจากเศษผ้า กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา โดยมีฐานการเรียนรู้ดังนี้ มัคคุเทศก์ชุมชนเล่าประวัติความเป็นมาของศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย นำชมวัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก วัดอุทัยธาราม พิพิธภัณฑ์เครื่องเล่นกระบอกเสียงและหีบเสียงไทย ธรรมสถานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 พิพิธภัณฑ์เรียนรู้การลงทุนในธุรกิจ ชมการสาธิตการทำอาหารและชิมอาหารจีน อาหารยูนนานของร้านต้นตำรับ นั่งเรือชมบรรยากาศริมคลองแสนแสบ จับจ่ายซื้อของตลาดนัดรถไฟ ตลาดนัดรัชดา ไหว้ขอพรพระพิฆเนศ ซึ่งรูปแบบกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อกำหนดรายละเอียดเส้นทางต่อไป

4. การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

ผู้วิจัย และชุมชนร่วมกันสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ โดยนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ทำกิจกรรมต่างๆ พิจารณาถึงความเหมาะสม และการปรับปรุง และได้ร่วมกันจัดทำแผนผังเส้นทาง การท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

5. การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวห้วยขวาง โดยชมรมชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม กับคณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เพื่อระดมสมองในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

โปรแกรมท่องเที่ยวเขตห้วยขวางวันเดียว (เที่ยวหลากหลายสไตล์)

- 09.15 น. เรียนรู้เรื่องการลงทุนที่ Investory พิพิธภัณฑ์เรียนรู้การลงทุน
 10.00 น. ชมวัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก วัดอุทัยธาราม พิพิธภัณฑ์เครื่องเล่น
 กระจบอกเสียงหีบเสียงไทย ธรรมสถานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9
 12.00 น. ฝึกทำอาหารอาหารเชียงตุงที่ ร้านใบบัว
 13.00 น. ศึกษาน้ำสมุนไพร และฝึกทำน้ำปานะ Oasis coffee หัดทำขนมไทยใน

ชุมชน

- 14.00 น. ล่องเรือชมบรรยากาศริมคลองแสนแสบร่วมเก็บขยะคลองแสนแสบ
 ศึกษาวีถีชีวิตริมคลองกลางกรุง
 17.00 น. ชิมและศึกษาวัฒนธรรมอาหารจีนยูนนานที่ ร้านกินเส้นจู้ยชิน
 18.00 น. ศึกษาศาสตร์ภูมิสถาปัตย์ของศาสนาฮินดู ไหว้ศาลพระพิฆเนศ ขอพร
 ขอกำลังใจ
 19.00 น. จับจ่ายซื้อสินค้าตลาดนัดจอร์จทาวน์ และชิมอาหารสตรีทฟู้ด
 20.00 น. นักท่องเที่ยวประเมินผลความพึงพอใจ เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

6. การกำหนดราคาค่าบริการ

คณะกรรมการชมรมได้ประชุมร่วมกันในการกำหนดอัตราค่าบริการของการจัด
 กิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีมติตั้งรายละเอียด
 คือ

ค่าอาหารกลางวัน อาหารเย็น อาหารว่างและเครื่องดื่ม	คนละ 400 บาท
ค่าดำเนินการของชมรม	คนละ 99 บาท
ค่ากิจกรรมอื่นๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจ	

7. การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

7.1 การเตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว คณะกรรมการชมรมได้ร่วมกัน
 พัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน สวนสาธารณะ บริเวณริมคลอง ดูแลรักษาความ
 สะอาด ปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม ปรับภูมิทัศน์ริมคลอง ทำป้ายแสดงเส้นทางท่องเที่ยวที่
 ชัดเจน ดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การต้อนรับ นำชมโดยมัคคุเทศก์ของชุมชน
 กิจกรรมต่างๆ ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว

7.2 การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องช่ายได้นำนักท่องเที่ยวฝึกทำและชิมอาหารในร้านต้นตำรับ ค่าใช้จ่ายอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมหรือตามรายการที่นักท่องเที่ยวเลือกรับประทาน และจัดบริการ อาหารว่างและเครื่องดื่มให้นักท่องเที่ยว โดยเน้นในเรื่องความสะอาด คุณภาพของอาหาร และการบริการที่ได้มาตรฐาน

7.3 การเตรียมความพร้อมแก่ประชาชนทั่วไปในชุมชน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางการประชุมหมู่บ้านที่มีขึ้นประจำทุกเดือน รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มไลน์ของชุมชน เพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยให้เครื่องช่ายในชุมชนต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การดูแลนักท่องเที่ยว และรักษาความสะอาด บริเวณบ้านของตนเองและสภาพแวดล้อมโดยรอบ เพื่อสร้างบรรยากาศ และภูมิทัศน์ให้สวยงาม รวมถึงการสร้างความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกคนเป็นส่วนหนึ่ง จึงขอให้มีส่วนร่วมจากทุกคนในชุมชน โดยเข้ามาช่วยเหลืออย่างจริงจัง ซึ่งแรงถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ภายนอก

ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน เครื่องช่ายได้ร่วมกันจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ให้สังคมภายนอกรู้จักหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่พร้อมให้การสนับสนุน โดยเฉพาะหน่วยงานหลักได้แก่ สำนักงานเขตห้วยขวาง สื่อประชาสัมพันธ์ของเครื่องช่ายในครั้งนี้แบ่งได้ 3 ประเภทคือ

9. การทดลองจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริในรูปแบบ FAM TRIP

เพื่อให้คณะกรรมการเครื่องช่ายพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือปฏิบัติประสานงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนรู้ พักผ่อน และท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการทดลองจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบเที่ยวกินไหว้หลากหลายสไตล์ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน ที่ได้มาจากการประชาสัมพันธ์ของเครื่องช่ายผ่านทางผู้วิจัย ประธานและสมาชิกชมรมท่องเที่ยวหมู่บ้านสุนทรศิริ

10. การติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนห้วยขวางของชมรมชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

10.1 จากการวิเคราะห์สถานการณ์และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่

เขตห้วยขวาง รวมถึงการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบข้อมูลต่างๆและนำมาสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ห้วยขวาง โดยจากรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ห้วยขวาง ผู้ประกอบการและชุมชนสามารถนำไปสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดย

1. ผู้ประกอบการและชุมชนต้องทำการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามศักยภาพของพื้นที่ตนเอง ใน 2 ประเด็นหลัก คือ

1.1 การนำทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ และด้านกิจกรรมที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ และผลิตภัณฑ์ เช่น การเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ซื้อโปรแกรม การท่องเที่ยว คอร์สเรียนระยะสั้น เช่น การถนอมอาหาร การทำผ้ามัดย้อมจากเศษผ้า และการทำอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์และจุดขายของพื้นที่

1.2 กิจกรรมสร้างสรรค์ ที่ให้นักท่องเที่ยว ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ควรต้องสนับสนุนสถานประกอบการและชุมชน

3. สถานประกอบการและชุมชนควรต้องร่วมมือกันในการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามศักยภาพของพื้นที่ของตนเอง ดังนี้

1. การจัดทำฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขตห้วยขวาง
2. การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
3. การจัดการให้ความรู้กับผู้มาเยี่ยมชม
4. กิจกรรมเก็บขยะตามคลอง
5. กิจกรรมสาธิตการทำผ้ามัดย้อมจากผ้า เหลือทิ้ง
6. กิจกรรมการถนอมอาหาร โดยเฉพาะผลไม้ตามฤดูกาล
7. กิจกรรมสาธิตวิธีการทำอาหารเด่นในพื้นที่ เช่น อาหารเชียงตุง และอาหาร

จีนแบบดั้งเดิม

โดยกิจกรรมทั้งหมดสถานประกอบการและชุมชนจะต้องปฏิบัติให้อยู่ภายใต้ปัจจัย 4 ด้าน ประกอบด้วย ศักยภาพของพื้นที่เขตห้วยขวาง สภาพแวดล้อมของพื้นที่ห้วยขวางและพื้นที่โดยรอบ อัตลักษณ์ ของพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10.2 การประเมินผลเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกชมรม ดำเนินการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวห้วยขวาง ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร และการนำเที่ยว 3) ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่มและสินค้า 4) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ 5) ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบความพึงพอใจของตนเองตามการบริการ ที่ได้รับโดยได้กำหนดค่าคะแนนตามระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มารวมกันและคำนวณหาน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21–5.00 มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41–4.20 มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61–3.40 มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81–2.60 มีความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00–1.80 มีความพึงพอใจน้อยมาก

จากนั้นได้รวบรวมผลการประเมิน และนำเสนอในรูปแบบของตารางข้อมูลประกอบคำบรรยาย ดังมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	17	42.50
หญิง	23	57.50
รวม	40	100.0
2. อายุ		
18-27 ปี	20	50.00
28-37 ปี	8	20.00
38-47 ปี	9	22.50
48-57 ปี	2	5.00
มากกว่า 58 ปีขึ้นไป	1	2.50
รวม	40	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	20	50.00
สมรส	17	42.50
อื่นๆ	3	7.50
รวม	40	100.0

ตาราง 21 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/ปวช.	8	20.00
อนุปริญญา/ปวส.	10	25.00
ปริญญาตรี	20	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	5.00
รวม	40	100.00
5. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	5	12.50
ธุรกิจส่วนตัว	8	20.00
พนักงานบริษัทเอกชน	10	25.00
นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	15	37.50
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	2	5.00
รวม	40	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3	7.50
5,001-10,000 บาท	5	12.50
10,001-15,000 บาท	7	17.50
15,001-20,000 บาท	11	27.50
20,001-25,000 บาท	9	22.50
25,001-30,000 บาท	3	7.50
30,001 บาทขึ้นไป	2	5.00
รวม	40	100.00

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีช่วงอายุ 18-27 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออายุ 38-47 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 สถานภาพโสด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมารายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ



ตาราง 22 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเด็นที่ประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย			
1. มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.67	0.48	มาก
2. เขตห้วยขวาง มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้รับ การดูแลอย่างเหมาะสม	3.68	0.51	มาก
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	3.60	0.49	มาก
4. มีการจัดการพลังงานทดแทนและมีการจัดการ ขยะและน้ำเสียของชุมชน	3.70	0.63	มาก
5. มีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยว	3.72	0.60	มาก
รวม	3.67	0.58	มาก
การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร และการนำเที่ยว			
1. มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนนที่อำนวยความสะดวก สะดวกในการให้บริการ	4.16	0.58	มาก
2. ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น	3.88	0.64	มาก
3. ชุมชนมีการให้บริการที่พัก ร้านอาหาร ห้อง สุขา และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.90	0.60	มาก
4. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผนที่ และแผนที่ บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.63	0.56	มาก
5. มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน	3.55	0.66	มาก
รวม	3.82	0.64	มาก

ตาราง 22 (ต่อ)

ประเด็นที่ประเมิน	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึก			
1. มีที่พักสะอาดถูกสุขลักษณะ และราคาเหมาะสม	3.64	0.48	มาก
2. มีอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของห้วยขวาง	3.82	0.56	มาก
3. มีสินค้าและของที่ระลึกที่คงความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม	3.86	0.63	มาก
รวม	3.77	0.58	มาก
กิจกรรมการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ			
1. มีเส้นทางศึกษาวัฒนธรรม วิถีชุมชน และกิจกรรมที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ	4.15	0.60	มาก
2. ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน	4.08	0.47	มาก
3. มีกิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้ที่หลากหลาย	3.92	0.65	มาก
4. มีป้ายสื่อความหมายที่สร้างประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว	4.20	0.70	มาก
รวม	4.08	0.64	มาก

จากตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยความพึงพอใจสูงสุด คือ ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา การจัดการพลังงานทดแทนและมีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เขตห้วยขวาง มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตรและการนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 โดยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีระบบไฟฟ้าประปา ถนนที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาชุมชนมีการให้บริการที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 โดยมีความพึงพอใจสูงสุดคือมีสินค้าและของที่ระลึกที่คงความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา คือ มีอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 และมีที่พักสะอาดถูกสุขลักษณะ และราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 โดยมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเส้นทางศึกษา วัฒนธรรม วิถีชุมชน และกิจกรรมที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ และด้านมีป้ายสื่อความหมายที่สร้างประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 และมีกิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

10.2 การประเมินผลเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการ นำร่องในห้วยขวาง โดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ

ประธานชมรม และคณะกรรมการชมรม ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันประเมินผล เชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ของเครือข่ายหมู่บ้านสุนทรศิริ มาปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผลการประเมินมีรายละเอียด ดังนี้

10.2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่องทั้ง 2 โครงการ ภายใต้กลยุทธ์ว่า มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะโครงการเส้นทางท่องเที่ยวคลองสวนน้ำใส สายคลองลาดพร้าว ที่ประชุมเห็นว่า เป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจากทรัพยากรในชุมชน ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมคลอง สามารถส่งเสริมให้เป็นจุดขายให้กับชุมชน และยังเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความรัก ความหวงแหน และเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนต่อไปอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในสวนสาธารณะบ้าน วัด ริมคลอง เพื่อสร้างห้วยขวางสีเขียวที่ร่มรื่นและปลอดภัย ที่ประชุมเห็นว่าเป็นการสร้างภูมิทัศน์ที่ร่มรื่น สวยงามให้กับชุมชน

2) กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

การดำเนินงานในโครงการจัดการขยะของห้วยขวาง ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะ และโครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียนในเขตห้วยขวาง ได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ในการช่วยกันเก็บขยะในแหล่งท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความคิดเห็นว่าจะควรทำป้ายจุดทิ้งขยะ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน

10.2.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

1) กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว

หลังจากที่ชมรมได้ทดลองดำเนินการไปในระยะเวลาหนึ่ง พบว่า ปัญหาในการดำเนินโครงการให้ประสบความสำเร็จ คือ ชมรมยังไม่มีความรู้ในการตลาด และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดการท่องเที่ยวมากพอ ดังนั้นที่ประชุมมีมติว่า เครือข่ายควรมี การเชิญวิทยากรในเรื่องการตลาดออนไลน์เข้ามาเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินโครงการอย่างจริงจัง หรือหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินโครงการในระยะแรก นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนทำแผนพับ ของแพคเกจการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ และนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ และจัดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ

2) กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่ประชุมเห็นว่า ควรจัดหาจักรยานที่อยู่ในสภาพดี เตรียมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สามารถปั่นจักรยานตามเส้นทางปั่นจักรยาน เลียบคลองแสนแสบ นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้เลือกปฏิบัติกิจกรรมตามความสนใจ ซึ่งในที่ประชุมเห็นว่า มีความสำคัญมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยขวง สามารถเลือกทำกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบ

10.2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

1) กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

โครงการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อจัดการจุดหมายปลายทาง (DMO) ระดับชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและมีการดำเนินการ ในรูปแบบชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีการประชุมคณะกรรมการชมรมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อปรับปรุงการดำเนินการให้เป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในชมรมมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนจนร่วมให้บริการนักท่องเที่ยวโดยเป็นเจ้าของบ้านที่ดีมีใจพร้อมให้บริการ

2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้

สำหรับโครงการมีคฤหาสน์ระดับชุมชน ชมรมสนับสนุนให้ ชุมชนได้มีโอกาสเล่าความเป็นมาของสถานที่สำคัญต่างๆ ในชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีเยาวชนที่มีความสนใจมาเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากคนรุ่นเก่าไปสู่คนรุ่นใหม่ อันจะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และโครงการสร้างชมรมผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ที่ประชุมเห็นว่าเป็นโครงการที่ดี ควรมีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ และมีข้อเสนอแนะให้ทางสำนักงานเขตห้วยขวางเป็นศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวด้วยขวงเครือข่ายได้มีการพัฒนาแพคเกจ รูปแบบการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประชาธิปไตยคือการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้วยกัน

10.2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

1) กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ชมรมได้ลงความเห็นว่าเป็นโครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้าน แพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และโครงการพัฒนาโปรแกรม การท่องเที่ยวชมมรดกห้วยขวาง ตลอดปี มีขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวห้วยขวาง ตาม ข้อเสนอแนะในการประชุมร่วมกันทางชุมชนเห็นว่า ทั้งสองโครงการนี้เป็นการเผยแพร่และ อนุรักษ์ประเพณีที่สะท้อนวิถีชีวิตของเขตห้วยขวาง

2) กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ประชุมพอใจกับโครงการทั้ง 4 โครงการคือ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ในห้วยขวาง โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน อย่างยั่งยืน โครงการท่องเที่ยวธรรมสถาน โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถือศีล 5 และให้ความ ร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็นอย่างดี ชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการช่วยกัน บริหารจัดการและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ที่ประชุมเห็นว่า ชมรมควรให้ความสำคัญด้านความสะอาดของชุมชน ควร มี การทำโครงการแยกขยะและจัดการร่วมกับกรุงเทพมหานครอย่างเป็นรูปธรรม จัดจุดทิ้งขยะ ให้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนถังขยะตามจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อเป็นการรักษาความ สะอาด ของเขตห้วยขวาง นอกจากนี้ควรมีการคัดแยกขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ท่องเที่ยวยังชุมชน ควรทำโครงการธนาคารขยะเพื่อเป็นการรักษาภาพแวดล้อมให้น่าอยู่

ในภาพรวมชุมชนมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเห็น ร่วมกันว่าควรมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันกับสถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบัน ตลอดจนสอดคล้องกับ แผนการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร และควรมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวห้วยขวาง โดยใช้สื่อออนไลน์อย่างหลากหลายช่องทาง เพื่อเผยแพร่ กิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้เตรียมความพร้อมก่อนมาท่องเที่ยวใน พื้นที่ของชุมชนต่อไป ชุมชนมีความเห็นว่าควรมีการตรวจตราบริเวณเขตห้วยขวางซึ่งเป็นที่อยู่ อาศัยและแหล่งท่องเที่ยวของคนจีนใหม่ซึ่งเข้ามาตั้งสถานบันเทิง และกิจกรรมต่างๆในเขตห้วย ขว้าง

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินผลภรณ์นำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการ โครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดังนี้ กรุงเทพมหานคร มีตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย มีเนื้อที่ 1,570.61 ตารางกิโลเมตร หรือ 981,631 ไร่ กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 180 แขวง 50 เขต มีอาณาเขตติดต่อกับ ทิศเหนือติดต่อกับ อำเภอบางกรวย อำเภอเมือง และอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อำเภอเมือง และอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอไทย อำเภอพระสมุทรเจดีย์ อำเภอพระประแดง อำเภอเมือง อำเภอบางพลี อำเภอบางเสาธง และอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว และอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอพุทธมณฑล และอำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมที่ดีที่สุดของประเทศไทย โดยมีระบบคมนาคมขนส่งที่ทั่วถึง และสะดวกในทุกด้าน ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งทุกเส้นทางสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยได้ในทุกภูมิภาค นอกจากนี้ยังมีระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ซึ่งประกอบด้วย รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า ทั้ง BTS และ MRT รถโดยสารสาธารณะ และเรือ ที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง

ผู้วิจัยขอสรุปผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวราราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเล่งเน่ยยี่ ศาลพระพิฆเนศ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม ได้แก่ วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ช็อบบิงจตุจักรหรือตลาดนัดต่างๆ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ มีระบบสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต บ้ายบอกทาง และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wifi การคมนาคม สะดวก ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา อย่างเพียงพอ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผ่นพับ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำ ข้อมูลมาวิเคราะห์ SWOT เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และ สุวรรณภูมิ มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจของประเทศ และรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อขายบนอินเทอร์เน็ต ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม โอกาส (Opportunities) ได้แก่ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม มีระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต/เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง

ป้องกันควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว และอุปสรรค (Threats) ได้แก่ มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้นภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19 ปัญหาการก่อการร้ายสากล ปัญหายาเสพติดและสุขภาพจิต การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติและการแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน ผู้วิจัย นำผลการวิเคราะห์ SWOT มาสังเคราะห์ TOWS เพื่อหา กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาคักยภาพดังกล่าว ดังต่อไปนี้ การสังเคราะห์ TOWS ของศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน ได้แก่ ใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการบริหารจัดการทรัพยากร พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน และพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม ได้แก่ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อบรมการพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชนชุมชนใน กรุงเทพมหานคร มัคคุเทศก์ พัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้อง สร้างเครือข่าย การพัฒนาท่องเที่ยวเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว พัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยว อนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ พัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ในการวางแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ได้มีการสร้างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการดังนี้

ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในแผนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร คือ “กรุงเทพมหานครมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยกรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอุทยานเยียมเยียมกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลองร้อยๆ สาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้า ปอดของกรุงเทพ เยี่ยมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปลูกป่า

ชายเลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ซ็อบบี้ในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนครแห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติเพียบพร้อมด้วย ศัลยกรรมโรครักษาหัวใจมือหนึ่ง และบริการทางการแพทย์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุคที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน

สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิต ชีวา และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกช่วงวัย ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ที่แตกต่าง หากอยู่ร่วมกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่เต็มไปด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสังคม บูรณาการอย่างยั่งยืน

สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงาม ด้วยสุนทรีย์ยะของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่น่าสนใจ เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ฟังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้อย่างดีงาม เดินเข้าศาสนสถาน เพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็วร้อนรนให้ผ่อนคลาย เดินช้าลงเพื่อสงบจิตใจชั่วคราว ในกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาศรม เพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน”

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ จากความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และ นักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

3) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเรือแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเรือแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเรือในท้องถิ่นและชุมชนแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนากองเรืออย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย โครงการปลูกต้นไม้เพิ่มในกรุงเทพมหานคร ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครชั้นนำแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม และโครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขต เป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร แทนการเผาและฝังกลบ โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขตในกรุงเทพมหานคร โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียนในกรุงเทพมหานคร โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกรุงเทพมหานครโครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊กมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร และโครงการจัดการขยะของกรุงเทพมหานครด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนสีเขียวอย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเรือแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการดังนี้ โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกุ้เกิ้ลโครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานครสีเขียว ปลอดภัย สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลาง

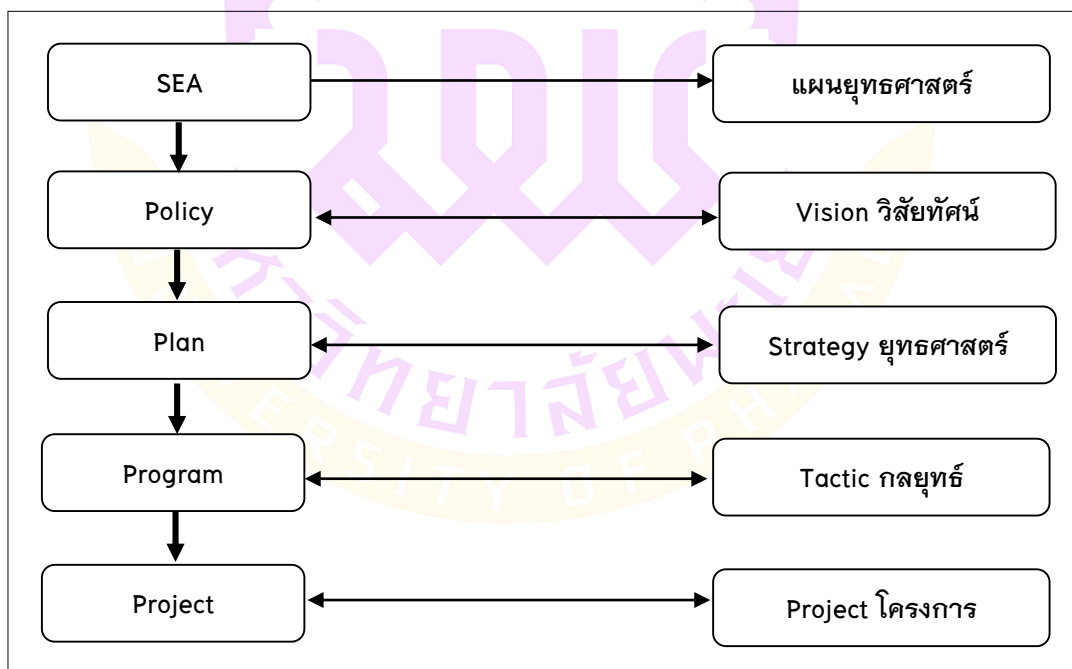
การท่องเที่ยวเกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก” โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูลู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน” กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการดังนี้ โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก เพื่อสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมแม่น้ำ ลำคลอง ที่ร่มเย็น” โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food” โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานครแต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในกรุงเทพมหานคร ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมใน แก่ชุมชน 50 เขต โครงการอบรมภาคีเครือข่ายมาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้ โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนในกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ และโครงการพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการดังนี้ โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรม กรุงเทพมหานครตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณีสืบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกรุงเทพมหานคร โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย

ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตราบ้านมุกชั้นลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกรุงเทพมหานคร โครงการอบรมแก่นแท้พุทธศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขตกรุงเทพมหานคร โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศิลป์ 5 ทิวห้วยในกรุงเทพมหานคร โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยวใน 50 เขตในกรุงเทพมหานคร และ โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยขอนำเสนอข้อมูลทั้งหมดในภาพรวมเชิงบูรณาการโดยใช้รูปแบบของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) ซึ่งมีการกำหนดนโยบาย (Policy) ซึ่งมาจากวิสัยทัศน์อันเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ตามแผนภูมิดังนี้



ภาพ 23 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)

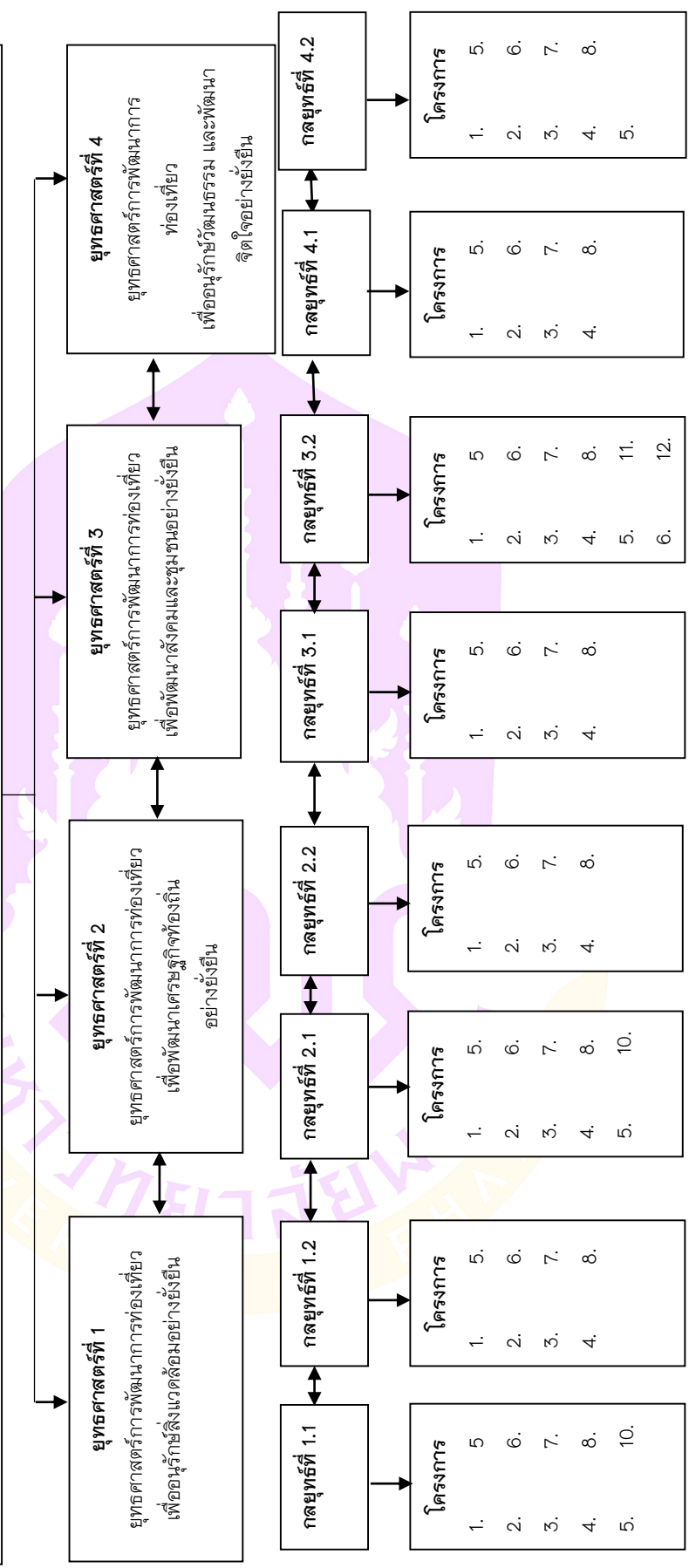
ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร (2559)

พยอม ธรรมบุตร (2559, หน้า 4) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน จัดเป็นกรอบของการพัฒนาในระดับสูง (Top Level) ภายใต้แต่ละแผนงานหลักจะมีแผนปฏิบัติการระดับกลยุทธ์ (Tactics) หรือกลุ่มของโครงการ (Programs) ซึ่งจะอยู่ในลำดับที่ 3 ของแผนการพัฒนาในภาพรวม ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีจำนวนกลยุทธ์ตามความเหมาะสม ทั้งนี้กลยุทธ์ทั้งหมดจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกันและเมื่อมีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้านจะมีโครงการ (Project) ที่จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์เหล่านั้น บรรลุตามวัตถุประสงค์เป็นลำดับที่ 4 และโครงการทุกโครงการจะมีความเกี่ยวข้องของสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับปฏิบัติการเช่นกัน การวางแผนระดับกลยุทธ์และโครงการนั้นจัดเป็นการวางแผนระดับล่าง (Down Level) ซึ่งก็คือ แผนในระดับปฏิบัติการซึ่งต้องอยู่ภายใต้แผนในระดับบน ด้วยเหตุนี้การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เข้าด้วยกันในลักษณะแบบบูรณาการ ผู้วิจัยขอเสนอแผนดังกล่าวโดยใช้

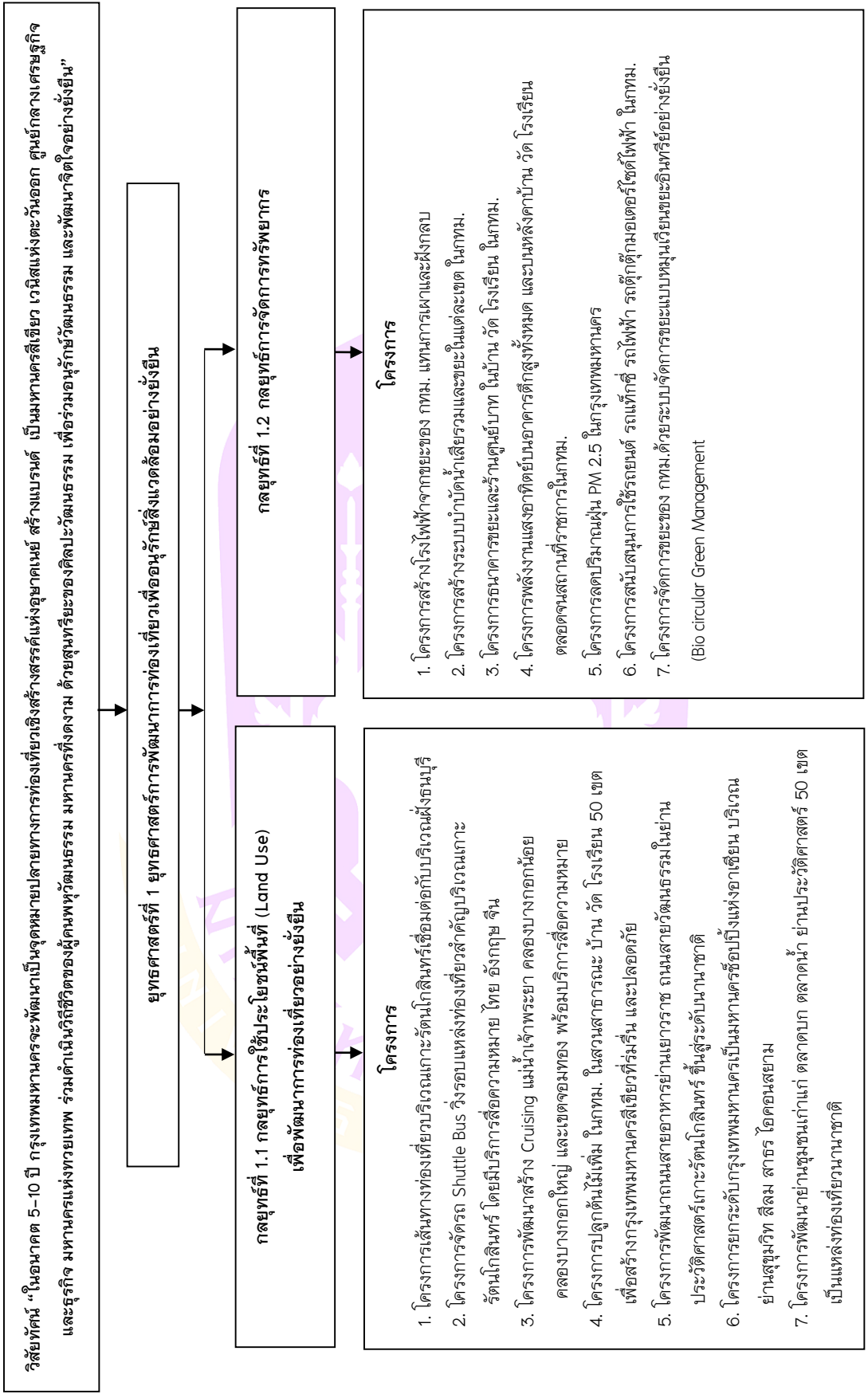
แนวทางการนำเสนอแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของแต่ละแผนซึ่งจะมีผลต่อกัน ผู้วิจัยขอเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครในรูปแบบของ SEA และตารางแผนปฏิบัติการ ดังนี้

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

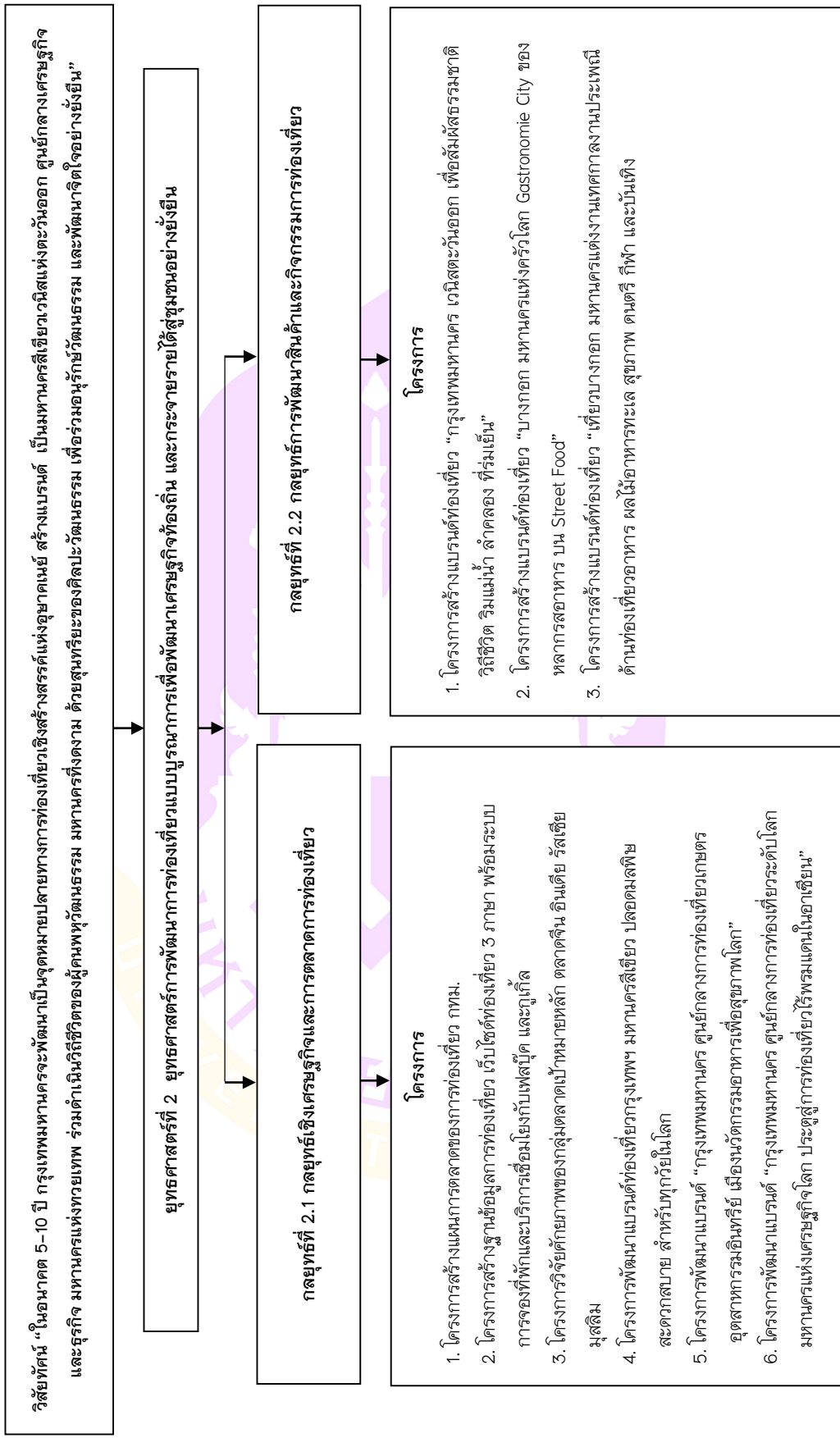
วิสัยทัศน์ “ในอนาคต 5-10 ปี กรุงเทพมหานครจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งอาเซียน สร้างแบรนด์ เป็นมหานครสีเขียว เวนิสแห่งตะวันออก ศูนย์กลางเศรษฐกิจและธุรกิจ มหานครแห่งทวยเทพ ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนทุกวัฒนธรรม มหานครที่ไร้ขยะของศิลปะวัฒนธรรม เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน”



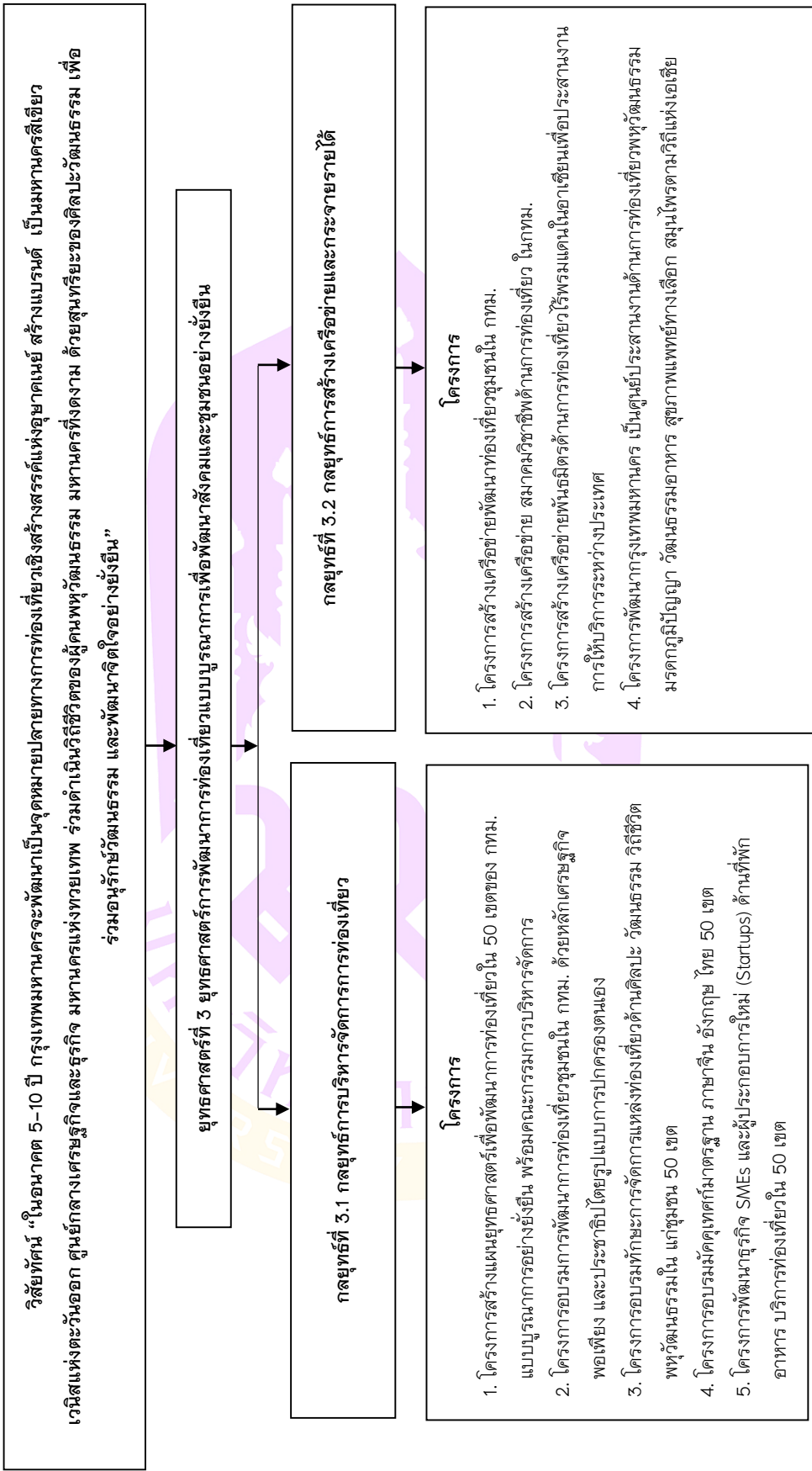
ภาพ 24 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย



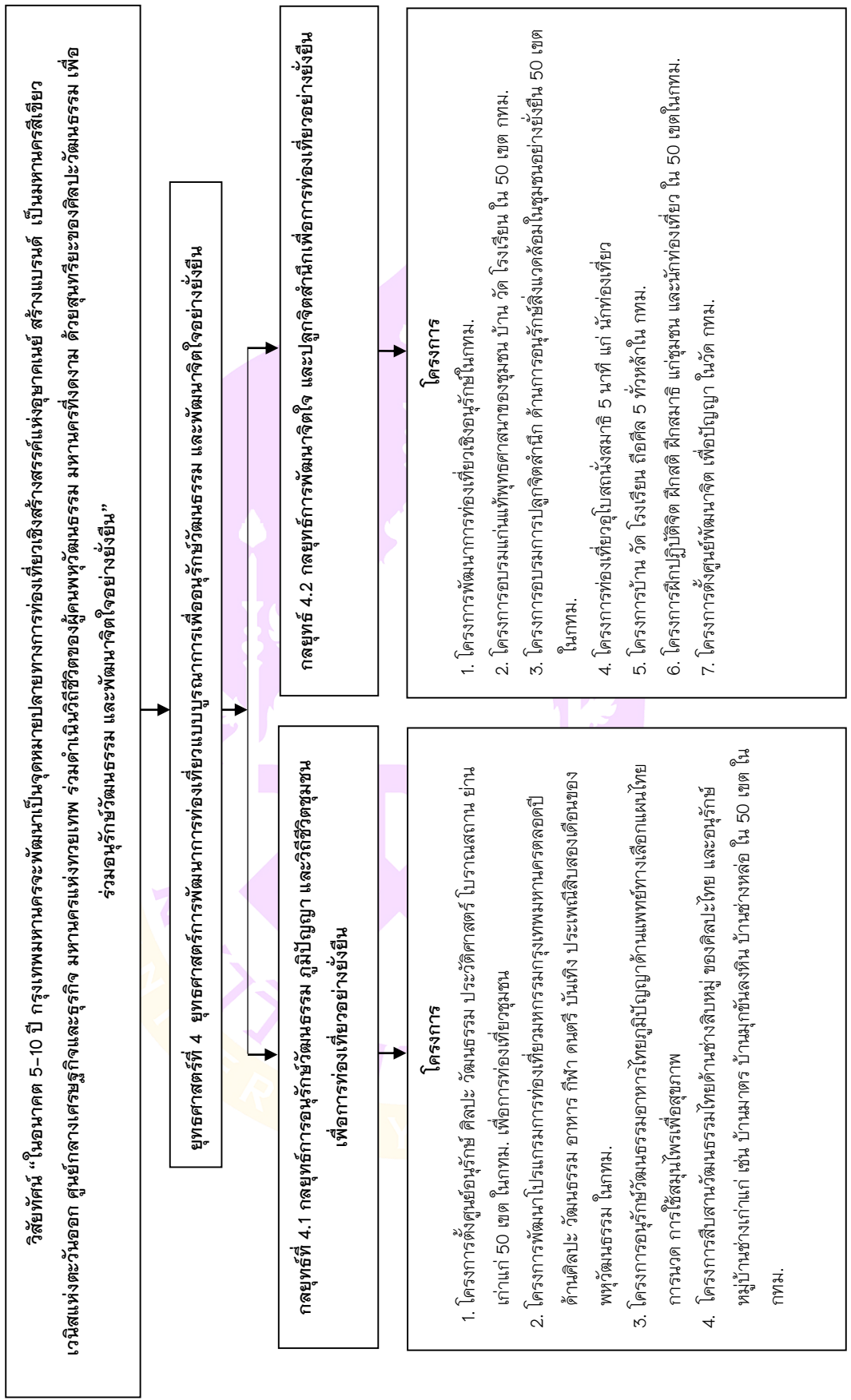
ภาพ 25 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ภาพ 26 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 27 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 28 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

สรุปแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 23 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบ
บูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการเส้นทางท่องเที่ยว	ระดับ	✓			แผนระยะ
บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				กลาง 3-5 ปี
2. โครงการจัดรถ Shuttle Bus	1. มีการจัดรถ Shuttle Bus	✓			แผนระยะ
วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ	สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว				กลาง 3-5 ปี
บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน	2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
3. โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย	1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
4. โครงการปลูกต้นไม้เพิ่มในกม. ในสวนสาธารณะ บ้านวัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่นและปลอดภัย	1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
	2. พื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้น				

ตาราง 23 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
5. โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์ เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ	ดำเนินโครงการเดือนละ 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
6. โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครซีบปีงแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม	จัดกิจกรรมดำเนินโครงการ เดือนละ 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
7. โครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขตเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ	พัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ใน 50 เขตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
1. โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของ กทม. แทนการเผาและฝังกลบ	สร้างโรงไฟฟ้าจากขยะ 1 แห่ง	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
2. โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขตในกทม.	ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
3. โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียน ในกทม.	ดำเนินโครงการทุกเขต	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกทม.	มีการติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับใช้ในอาคารเพิ่มขึ้น	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร	ดำเนินโครงการต่อเนื่อง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 23 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
6. โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊กมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ใน กทม.	ดำเนินโครงการ ต่อเนื่อง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
7. โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วยระบบจัดการขยะแบบ หมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)	ดำเนินโครงการ อย่างน้อยเขตละ 1 จุด	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี

ตาราง 24 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแผนการตลาด ของการท่องเที่ยว กทม.	มีแผนการตลาดของ การท่องเที่ยว กทม.	✓			แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พัก และบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล	จัดทำฐานข้อมูล เว็บไซต์ท่องเที่ยว ให้เป็นปัจจุบัน	✓			แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการวิจัยศักยภาพของ กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาด จีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม	จัดทำวิจัย	✓			แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการพัฒนาแบรนด์ ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานคร ลีเขียว พลอดมลพิษ สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก	ระดับ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี

ตาราง 24 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ สั้น
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
5. โครงการพัฒนาแบรนด์	ระดับ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น
“กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก”	ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว				1-2 ปี
6. โครงการพัฒนาแบรนด์	ระดับ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น
“กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน”	ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว				1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแบรนด์	ระดับ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น
ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก เพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมแม่น้ำลำคลอง ที่ร่มเย็น”	ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว				1-2 ปี
2. โครงการสร้างแบรนด์	ระดับ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น
ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food”	ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว				1-2 ปี
3. โครงการสร้างแบรนด์	ระดับ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น
ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานครแต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหารผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง	ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว				1-2 ปี

ตาราง 25 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อ
พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ สั้น
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
1.โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของ กทม. แบบบูรณาการ อย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการ บริหารจัดการ	มีแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการ ปกครองตนเอง	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการอบรมทักษะการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม ใน แก่ชุมชน 50 เขต	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการอบรมภาคี มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
5. โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต	จัดอบรม ผู้ประกอบการใหม่ ปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้					
1. โครงการสร้างเครือข่าย พัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม.	มีเครือข่ายพัฒนา ท่องเที่ยวชุมชน 50 เขต	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี

ตาราง 25 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
2. โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ในกทม.	มีเครือข่ายการ ท่องเที่ยว ในกทม.	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการสร้างเครือข่าย พันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้ พรมแดนในอาเซียนเพื่อ ประสานงานการให้บริการ ระหว่างประเทศ	มีเครือข่ายพันธมิตร ด้านการท่องเที่ยวใน กลุ่มประเทศอาเซียน	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
4. โครงการพัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ ประสานงานด้านการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรม มรดก พหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่ง เอเชีย	มีศูนย์ประสานงาน ด้านการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรม มรดก ภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ ทางเลือก	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี

ตาราง 26 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกทม. เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	มีศูนย์อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม	✓	✓	✓	แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
2. โครงการพัฒนาโปรแกรม การท่องเที่ยวมหกรรม กรุงเทพมหานครตลอดปี ด้าน ศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณีสิบสอง เดือนของพหุวัฒนธรรม ในกทม.	ระดับ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรม อาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	ระดับ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการสืบสานวัฒนธรรม ไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตร บ้านมุกข์ลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกทม.	ระดับ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ในกทม.	ทุกเขต มีการดำเนินการ ตามโครงการ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมแก่นแท้พุทธ ศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขต กทม.	จัดอบรม 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี

ตาราง 26 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ สั้น
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
3. โครงการอบรมการปลูก จิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกทม.	จัดอบรม 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการท่องเที่ยวอุโบสถ นั่งสมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว	ระดับความ พึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
5. โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถือศีล 5 ทั่วหล้าใน กทม.	ทุกเขต มีการดำเนินการ ตามโครงการ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
6. โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และ นักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกทม.	ทุกเขต มีการดำเนินการ ตามโครงการ	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
7. โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัด กทม.	ศูนย์พัฒนาจิต เพื่อ ปัญญา ในวัดอย่าง น้อย เขตละ 1 แห่ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการ โครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและกรุงเทพมหานคร ว่าพื้นที่ที่เหมาะสมกับการดำเนินโครงการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา และประเมินผลการดำเนินงาน ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม อยู่ในสำนักงานเขตห้วยขวาง หรือที่เรียกกันว่า ย่านโซน่าทาวน์ใหม่ เป็นศูนย์รวมชาวจีนรุ่นใหม่ มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้า เต็มไปด้วยร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ปัจจุบันห้วยขวาง ได้กลายเป็นอีกหนึ่งย่านที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในย่านดังกล่าว แต่ยังคงขาดในเรื่องการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวและที่สำคัญในพื้นที่ชุมชนเยาวราช มีความต้องการที่จะพัฒนาชุมชน มีความพร้อมในการเรียนรู้และการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานที่ดังกล่าวในการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาในการพัฒนา ระหว่างปี พ.ศ. 2564-2565

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร มีจุดแข็ง (Strengths) คือ มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรมศาลพระพิฆเนศ และมีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมต่างๆ ที่โดดเด่น เป็นชุมชนชาวจีนเข้ามาตั้งรกรากและอาศัยอยู่ จึงเป็นศูนย์กลางด้านอาหาร เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของกรุงเทพมหานคร มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก มีแหล่งเลือกซื้อสินค้า แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง จุดอ่อน (Weaknesses) คือ ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อขายบนอินเทอร์เน็ต ขาดแผนการอนุรักษ์ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม โอกาสได้แก่ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน มีระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยง ในการท่องเที่ยว มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต/เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการรับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว และอุปสรรค (Threats) คือ เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่มีความหนาแน่นประชากรสูง มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลก

มีความผันผวนร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID-19 ปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต และการแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร พบว่า ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่ ประกอบด้วย ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำรุงรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ และ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว การจัดการขยะคุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรม ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ และมีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก พบว่า มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก มีวิธีการสื่อความหมาย ที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

สำหรับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ผู้วิจัยนำผลการตรวจสอบทรัพยากร การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ มาร่วมพิจารณา กำหนดแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน โดยชุมชนและผู้วิจัยมีมติร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชน ดังนี้

“ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรม และกิจกรรมที่โดดเด่น เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้านสังคม อนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ”

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการต่างๆ คือ โครงการเส้นทางท่องเที่ยวคลองสวนน้ำใสสายคลองลาดพร้าว โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด ริมคลอง เพื่อสร้างห้วยขวางสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร ประกอบด้วยโครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะ โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียนในเขตห้วยขวาง และโครงการจัดการขยะของห้วยขวาง ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยวห้วยขวาง โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กินไหว้หลากหลายสไตล์” โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “วิถีชีวิตคลอง”

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการ สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวห้วยขวางแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวห้วยขวางด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมในชุมชน โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ ประกอบด้วยโครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวห้วยขวาง โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โครงการพัฒนาห้วยขวางเป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรมห้วยขวางตลอดปี โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทยการนวดการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูก

จิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในห้วยขวาง โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน โครงการท่องเที่ยวธรรมชาติ และโครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศิลป์ 5

ในการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยเริ่มตั้งแต่ การตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ร่วมกันเพื่อกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของเครือข่าย ตำแหน่ง และความรู้ รับผิดชอบ สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จำนวน 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการจัดอบรมประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว สำรวจและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน นักสื่อความหมาย การท่องเที่ยวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝึกปฏิบัติการเป็นมัคคุเทศก์ ซึ่งการอบรมครั้งนี้ เป็นการสร้างทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้จะทำให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดความยั่งยืนของการพัฒนา กำหนดรูปแบบกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวร่วมกันออกแบบ และคัดเลือกกิจกรรม การบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา โดยมีการเรียนรู้อย่างนี้ มัคคุเทศก์ชุมชนเล่าประวัติความเป็นมาของศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย นำชมวัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก วัดอุทัยธาราม พิพิธภัณฑ์เครื่องเล่นกระบอกเสียงและหีบเสียงไทย สยามนิรมิต ธรรมสถานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 นำชมพิพิธภัณฑ์เรียนรู้การลงทุน เรียนรู้การลงทุนในธุรกิจ ชมสาธิตการทำอาหารและชิมอาหารจีน อาหารยูนนานของร้านต้นตำรับ นั่งเรือชมบรรยากาศริมคลองแสนแสบ จับจ่ายซื้อของตลาดนัดรถไฟ ตลาดนัดรัชดา ไร่ข้าวโพดพระพิฆเนศ ซึ่งรูปแบบกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อกำหนดรายละเอียดเส้นทางต่อไป กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวห้วยขวาง (เที่ยวกินไหว้หลากหลายสไตล์) เตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ภายนอก ร่วมกันจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เฟสบุ๊ก แฟนเพจ และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ให้สังคมภายนอกรู้จักมีการทดลองจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ในรูปแบบเที่ยวกินไหว้หลากหลาย

สไตส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คณะกรรมการเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือปฏิบัติประสานงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนรู้พักผ่อน และท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและการบริการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการทดลองจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบเที่ยวกินไหว้หลากหลายสไตส์ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน ที่ได้มาจากการประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายผ่านทางผู้วิจัย ประธานและสมาชิกเครือข่าย

การประเมินผลเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวช่วยขวาง ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) ด้านการเข้าถึง การต้อนรับความเป็นมิตร และการนำเที่ยว 3) ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่มและสินค้า 4) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ 5) ข้อเสนอแนะอื่นๆ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 18-27 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ด้านการเข้าถึงการต้อนรับความเป็นมิตรและการนำเที่ยว ด้านที่พักอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึก และด้านกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ

ในการประเมินผลเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในช่วยขวาง โดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในรูปแบบรันด์ 4 แบรินด์ ผลการประเมินในแต่ละยุทธศาสตร์มีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่องทั้ง 2 โครงการ ภายใต้กลยุทธ์ว่า มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะโครงการเส้นทางท่องเที่ยวคลองสวนน้ำใส สายคลองลาดพร้าว ที่ประชุมเห็นว่า เป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจากทรัพยากรในชุมชน ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมคลอง สามารถส่งเสริมให้เป็นจุดขายให้กับชุมชน และยังเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของ

ชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความรัก ความหวงแหน และเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนต่อไปอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในสวนสาธารณะบ้าน วัด ริมคลอง เพื่อสร้างห้วยขวางสีเขียวที่ร่มรื่นและปลอดภัย ที่ประชุมเห็นว่าเป็นการสร้างภูมิทัศน์ที่ร่มรื่น สวยงามให้กับชุมชน ในส่วนกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร พบว่า การดำเนินงานในโครงการจัดการขยะของห้วยขวาง ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะ และโครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียนในเขตห้วยขวาง ได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ในการช่วยกันเก็บขยะในแหล่งท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความคิดเห็นว่าการทำป้ายจุดทิ้งขยะ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว หลังจากที่ได้เครือข่ายได้ทดลองดำเนินการไปในระยะเวลาหนึ่ง พบว่า ปัญหาในการดำเนินโครงการให้ประสบความสำเร็จ คือ เครือข่ายยังไม่มีความรู้ในการตลาด และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดการท่องเที่ยวมากพอ ดังนั้นที่ประชุมมีมติว่า เครือข่ายควรมี การเชิญวิทยากรในเรื่องการตลาดออนไลน์เข้ามาเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินโครงการอย่างจริงจัง หรือหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ เข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินโครงการในระยะแรก นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนทำแผ่นพับ โปสเตอร์ของแพคเกจการท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ และนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ จัดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ส่วนกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่าควรจัดหาจักรยานที่อยู่ในสภาพดี เตรียมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สามารถปั่นจักรยานตามเส้นทางปั่นจักรยาน เลียบคลองแสนแสบ นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้เลือกปฏิบัติกิจกรรมตามความสนใจ ซึ่งในที่ประชุมเห็นว่า มีความสำคัญมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวห้วยขวางสามารถเลือกทำกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โครงการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อจัดการจุดหมายปลายทาง (DMO) ระดับชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและมีการดำเนินการ ในรูปแบบเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีการประชุมคณะกรรมการเครือข่ายเป็นประจำทุกเดือน เพื่อปรับปรุงการดำเนินการให้เป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

เข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในเครือข่ายมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมบริหารจัดการ การท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนร่วมให้บริการนักท่องเที่ยวโดยเป็นเจ้าของบ้านที่ดีมีใจพร้อม ให้บริการ ส่วนกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ โครงการมัคคุเทศก์ ระดับชุมชน เครือข่ายสนับสนุนให้ ชุมชนได้มีโอกาสเล่าความเป็นมาของสถานที่สำคัญต่างๆ ในชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีเยาวชนที่มีความสนใจมาเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมให้มีการ ถ่ายทอดภูมิปัญญาจากคนรุ่นเก่าไปสู่คนรุ่นใหม่ อันจะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน และโครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ที่ประชุมเห็นว่าเป็นโครงการ ที่ดี ควรมีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ และมีข้อเสนอแนะให้ทางสำนักงานเขต ห้วยขวางเป็นศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวห้วยขวาง เครือข่ายได้มีการพัฒนาแพคเกจ รูปแบบการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประชาธิปไตยคือการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ด้วยกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิต ชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เครือข่ายได้ลงความเห็นว่าเป็นโครงการอนุรักษ์วัฒนธรรม อาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพและ โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวชมมรดกห้วยขวาง ตลอดปี มีขึ้นเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวห้วยขวาง ตามข้อเสนอแนะในการประชุมร่วมกันทางชุมชนเห็นว่า ทั้งสองโครงการนี้ เป็นการเผยแพร่และอนุรักษ์ประเพณีที่สะท้อนวิถีชีวิตของห้วยขวาง ส่วนกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ประชุมพอใจกับโครงการทั้ง 4 โครงการคือ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในห้วยขวาง โครงการอบรมการปลูก จิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน โครงการท่องเที่ยวธรรมสถาน โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถือศีล 5 และให้ความร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็น อย่างดี ชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการช่วยกันบริหารจัดการและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ดี

นอกจากนี้ที่ประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืนว่า เครือข่ายควรให้ความสำคัญด้านความสะอาดของชุมชน ควรมีการทำโครงการกำจัด ขยะร่วมกับกรุงเทพมหานครอย่างเป็นรูปธรรม จัดจุดทิ้งขยะให้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนถังขยะ ตามจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อเป็นการรักษาความสะอาด ของห้วยเขต นอกจากนี้ ควรมีการคัดแยกขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังชุมชนควรทำโครงการธนาคาร ขยะเพื่อเป็นการรักษาภาพแวดล้อมให้น่าอยู่ ในภาพรวมชุมชนมีความพึงพอใจต่อ

การพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเห็นร่วมกันว่าควรมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ การท่องเที่ยวปัจจุบัน ตลอดจนสอดคล้องกับแผนการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย และกรุงเทพมหานครและควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยขวงโดยใช้สื่อ ออนไลน์อย่างหลากหลายช่องทาง เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวหรือ ผู้สนใจได้เตรียมความพร้อมก่อนมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนต่อไป ชุมชนและผู้วิจัยได้ นำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของการพัฒนาการท่องเที่ยวตามตารางแผนปฏิบัติ การ ดังนี้

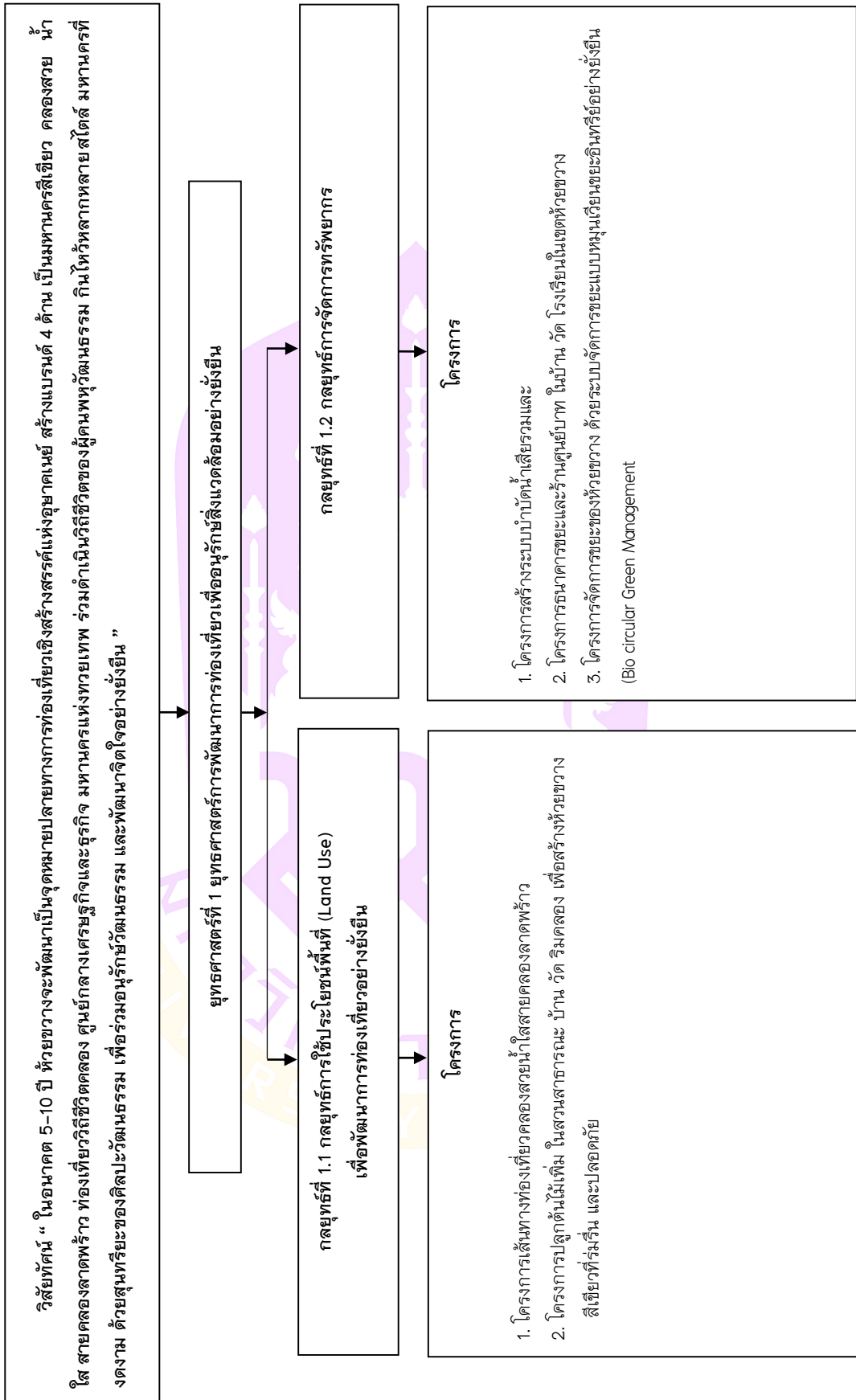


แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน หัวขวง กรุงเทพมหานคร

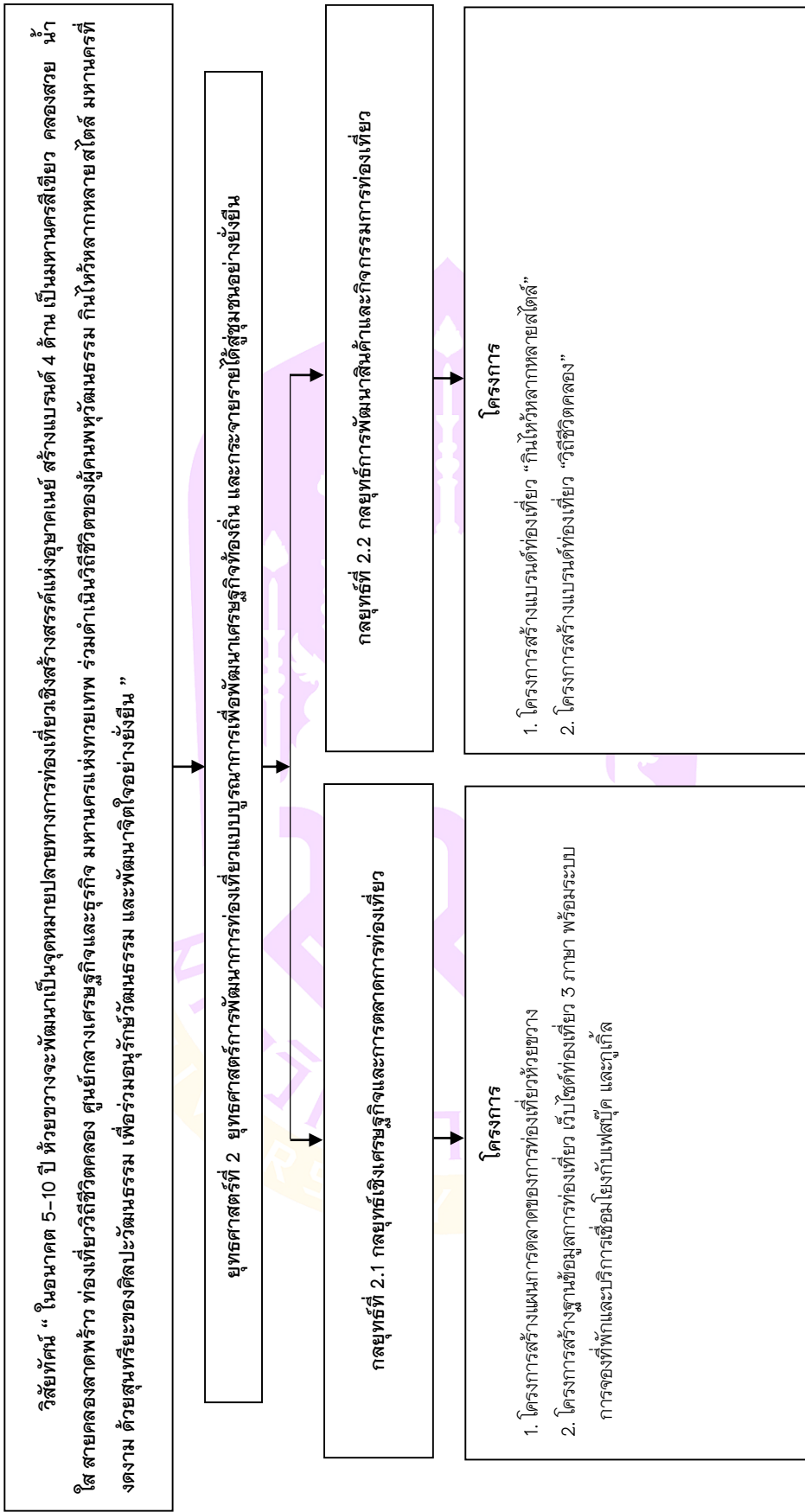
วิสัยทัศน์ “ ในอนาคต 5-10 ปี หัวขวงจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งอนาคตเนย์ สร้างแบรนด์ 4 ด้าน เป็นมหานครสีเขียว คลองสวย ฟ้าใส สายคลองลาดพร้าว ท่องเที่ยววิถีชีวิตคลอง ศูนย์กลางเศรษฐกิจและธุรกิจ มหานครแห่งทวยเทพ ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพบวัฒนธรรม กินไว้หลากหลายสไตล์ มหานครที่งดงาม ด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม เพื่อรวมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน ”



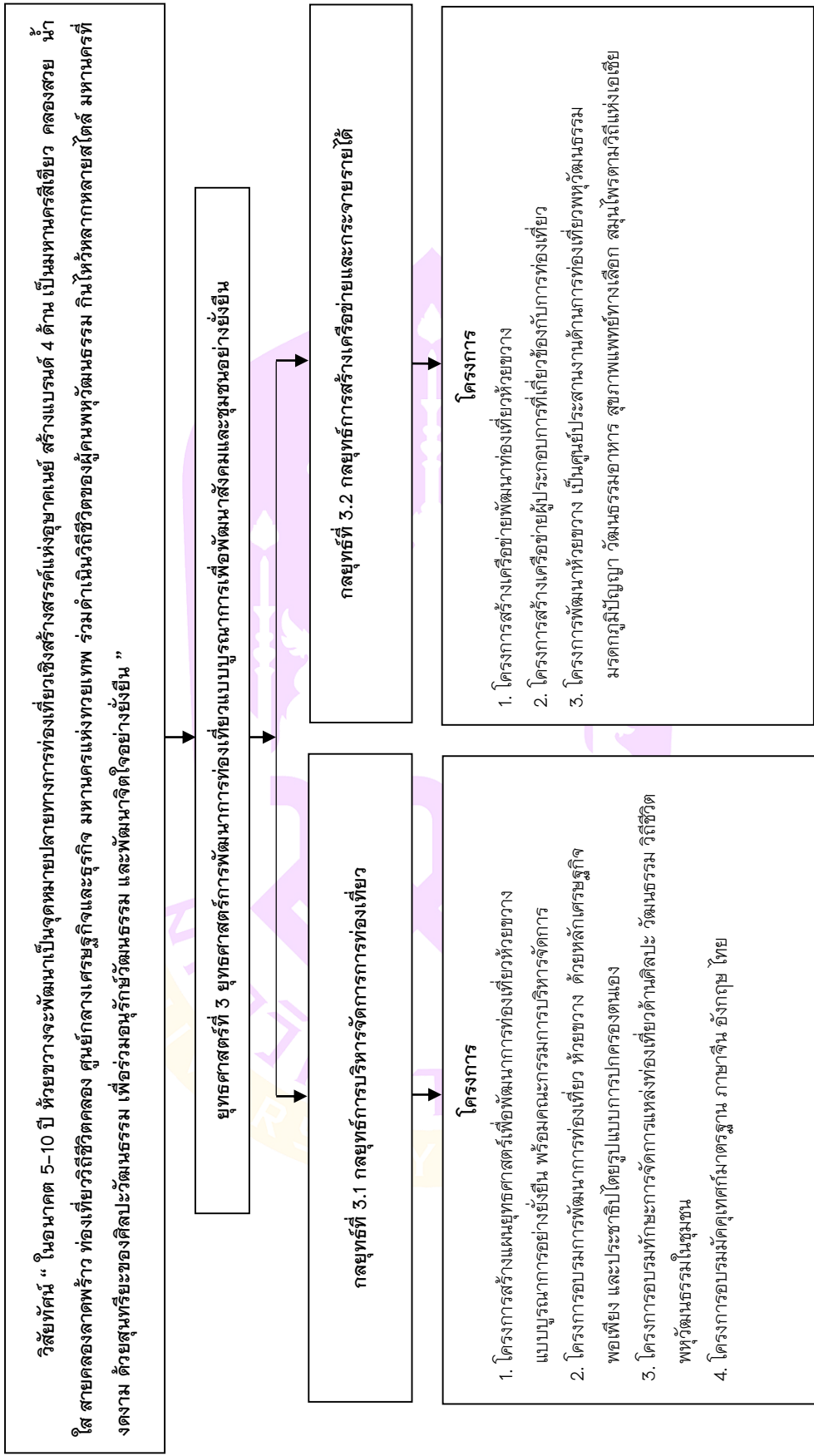
ภาพ 29 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย



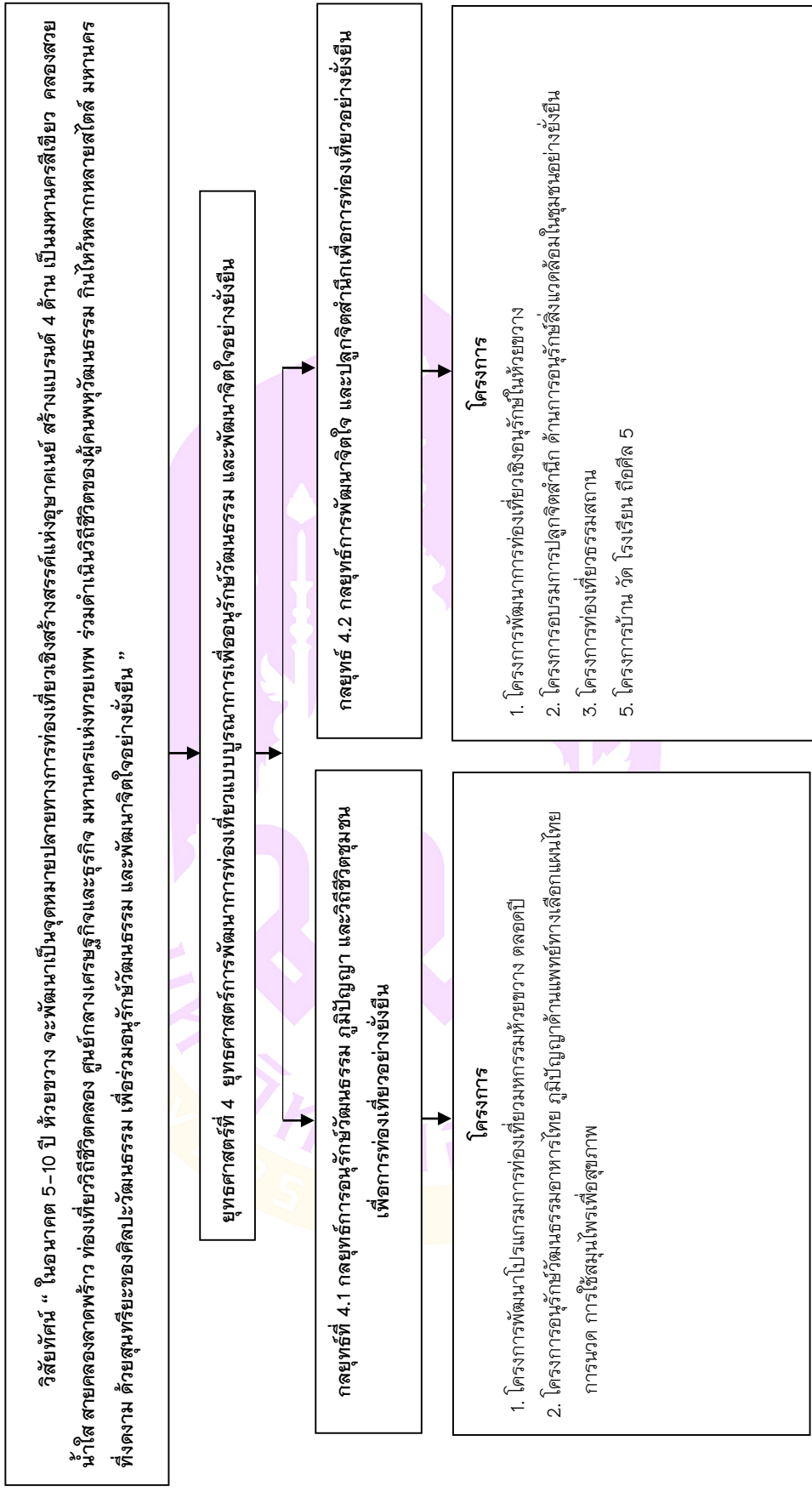
ภาพ 30 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ภาพ 31 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 32 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 33 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

สรุปแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืนห้วยขวาง

ตาราง 27 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบ
บูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการเส้นทางท่องเที่ยว คลองสวายน้ำใสสายคลอง ลาดพร้าว	ระดับความ พึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
2. โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน ริมน้ำคลอง เพื่อสร้างห้วย ขวางสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย	1. ระดับความ พึงพอใจของ นักท่องเที่ยว 2. จำนวนพื้นที่ สีเขียวเพิ่มขึ้น	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
1. โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำ เสียรวมและขยะ	1. ปรับปรุงระบบ บำบัดน้ำเสีย	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี
2. โครงการธนาคารขยะและร้าน ศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียน ใน เขตห้วยขวาง	มีการดำเนิน โครงการในชุมชน	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการจัดการขยะของ ห้วยขวาง แบบหมุนเวียนขยะ อินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)	1. พื้นที่ปลอดขยะ 2. ไม่มีการเผาขยะ	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี

ตาราง 28 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ สั้น
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแผนการตลาด ของการท่องเที่ยวห้วยขวาง	มีแผนการตลาดของ การท่องเที่ยว กทม.	✓			แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างฐานข้อมูลการ ท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พัก และบริการเชื่อมโยงกับเฟซบุ๊ก และกูเกิ้ล	จัดทำฐานข้อมูล เว็บไซต์ท่องเที่ยว ให้เป็นปัจจุบัน	✓			แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแบรนด์ ท่องเที่ยว “กินไหว้หลากหลาย สไตล์”	ระดับความ พึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างแบรนด์ ท่องเที่ยว “วิถีชีวิตคลอง”	ระดับความ พึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี

ตาราง 29 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ห้วยขวาง แบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการ บริหารจัดการ	มีแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบ การปกครองตนเอง	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. โครงการอบรมทักษะการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม ในชุมชน	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการอบรมภาคี มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย	จัดอบรมปีละ 2 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้					
1. โครงการสร้างเครือข่าย พัฒนาท่องเที่ยวห้วยขวาง	มีเครือข่ายพัฒนา ท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างเครือข่าย ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว	มีเครือข่ายการ ท่องเที่ยว ในกทม.	✓	✓	✓	แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. โครงการพัฒนาห้วยขวาง เป็นศูนย์ประสานงานด้านการ ท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดก ภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพร ตามวิถีแห่งเอเชีย	มีศูนย์ประสานงาน ด้านการท่องเที่ยวพหุ วัฒนธรรม มรดก ภูมิปัญญา วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพแพทย์ ทางเลือก	✓			แผนระยะ กลาง 3-5 ปี

ตาราง 30 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ สั้น
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมห้วยขวางตลอดปี	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวดการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในห้วยขวาง	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน	จัดอบรม 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการท่องเที่ยวธรรมสถาน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถิ่นศีล 5	มีการดำเนินการตามโครงการทุกวัน ทุกโรงเรียน	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขออภิปรายว่าการทำวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้วิจัย ได้ร่วมกันค้นพบว่า กรุงเทพมหานคร มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางและเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีเส้นทางคมนาคมที่ดีที่สุดของประเทศไทย โดยมีระบบคมนาคมขนส่งที่ทั่วถึง ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ซึ่งทุกเส้นทางสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยได้ในทุกภูมิภาค ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม กิจกรรม ประเพณี เทศกาล มหกรรม มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งรัฐบาลและกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โดยปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม มีความหลากหลายและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับจังหวัดอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พะยอม ธรรมบุตร (2562) ที่ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร พบว่า ชุมชนบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร มีศักยภาพด้านการพัฒนาทรัพยากร ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมของการปลูกจิตสำนึกในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบของการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และได้เพิ่มพูนประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ชีวิตของนักท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จึงมีศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมายของกรุงเทพมหานคร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565)

ซึ่ง พยอ ม ธรรมบุตร (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาแนวทางพัฒนา แปรนตร์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานครมีศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาแปรนตร์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ของจุดหมายปลายทางเขตบางกอกใหญ่ แนวทางการสร้างแปรนตร์จุดหมายปลายทาง 4.0 ได้แก่ การสร้างส่วนประสมของจุดหมายปลายทาง การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ ของแปรนตร์จุดหมายปลายทางเพื่อสร้างแปรนตร์จุดหมายปลายทางบางกอกใหญ่ 4.0 ผู้วิจัยขอ อภิปรายว่า กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่หลากหลายและเหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการ ส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว และมีกิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยววิถีชีวิตริมนคลอง เป็นต้น

ศักยภาพการสื่อความหมายที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของ นักท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการทำ การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว สร้างการรับรู้เรื่องราว ของกรุงเทพมหานคร ผ่านการนำเสนอข้อมูลรูปแบบเว็บไซต์ ยูทูบ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้า มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้ง่ายสะดวกและรวดเร็ว การนำเทคโนโลยี มาประยุกต์ใช้ ในลักษณะนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของ ประเทศ พ.ศ. 2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนา องค์ความรู้ และส่งเสริม นวัตกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนา คือ 1) พัฒนาและจัดการองค์ความรู้ พร้อมส่งเสริมนวัตกรรมด้าน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ส่งเสริมและพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว โดยรวบรวมองค์ความรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและงานศึกษาวิจัยที่ผ่านมา เพื่อใช้วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้ ผลการศึกษา วิจัย และนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ กรุงเทพมหานคร ยังมีการนำนวัตกรรม QR Code มาใช้เพื่อให้บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีการนำเสนอในภาษาต่างๆ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศุภกร ชูทรงเดช (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสาร ความรู้ผ่านนวัตกรรม QR Code: กรณีศึกษาแหล่งโบราณคดีเพิงผาบ้านไร่ อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน กล่าวว่า นวัตกรรม QR code มีศักยภาพในการเข้าถึงความรู้ที่สะดวก

รวดเร็ว เกิดประโยชน์ทั้งด้านการศึกษา สำหรับนักเรียนในท้องถิ่น และส่งเสริมประสบการณ์ใหม่สำหรับท่องเที่ยวชุมชน การนำไปสู่ การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ด้านการศึกษาต้องพัฒนาทั้งโครงข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ และนักสื่อสารชุมชนใช้นวัตกรรมให้เกิดประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานคร ควรส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยว นำนวัตกรรม QR Code มาใช้ในการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ข้อมูล การปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในภาษาที่ตนเองเข้าใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว และยกระดับแหล่งท่องเที่ยวสู่ความเป็นสากล ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในอนาคต

กรุงเทพมหานคร จึงควรพัฒนาเว็บไซต์จังหวัด (Website) ในรูปแบบระบบจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management System: DMS) เชื่อมฐานข้อมูลการท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร กับฐานข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าด้วยกันด้วย นอกจากนี้ต้องมีการนำเสนอแบรนด์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครผ่านสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook YouTube Twitter TripAdvisor เป็นต้น เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของโลก กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของกรุงเทพมหานคร โดยกรุงเทพมหานครได้เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีการเชิญตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ รวมทั้ง ประชาชน ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยวเข้าร่วมเพื่อแสดงความคิดเห็น สะท้อนปัญหา และ อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ เห็นได้จากการจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2564 (กรุงเทพมหานคร, 2560, สื่อออนไลน์) โดยได้มี การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกำหนดโครงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการสัมพันธ์กับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมเป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ดึงดูดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีในพื้นฐานที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ปัจจัยด้านการตลาด เป็นการกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลให้เกิดการดึงดูดใจ นำมาสู่กระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึงสัมผัส และลงมือทำ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขออภิปรายว่าการทำวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันค้นพบว่า แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร มีวิสัยทัศน์ อันดับ 1 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ วิสัยทัศน์หรือความใฝ่ฝัน ความปรารถนาที่จะพัฒนากรุงเทพมหานคร ด้วยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอุทยานเยียมเยือนกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลองร้อยๆ สาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้าปอดของกรุงเทพ เยียมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปูปลูกป่าชายเลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายของ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หนึ่งกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ซึ่งสนองกับนโยบายของชาติโดยดำเนินการกำหนดยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาจังหวัดควบคู่ไปกับการฟื้นฟูอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างกรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว (กรุงเทพมหานคร, 2560) ผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานครเหมาะอย่างยิ่งที่จะพัฒนาจังหวัดด้วยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยดำเนินโครงการภายใต้กลยุทธ์ การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยโครงการที่สำคัญเช่น โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในกรุงเทพมหานครในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราชถนนสายวัฒนธรรมย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครช้อปปิ้งแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม และโครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขตเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ เป็นต้น เพื่อพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เป็นเมืองการท่องเที่ยวต้นแบบในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์อันดับที่ 2 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ กรุงเทพมหานครสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจธุรกิจแห่งอาเซียน ช้อปปิ้งในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนคร แห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติเพียบพร้อมด้วยศักยภาพโรคหัวใจมือหนึ่ง และบริการทางการแพทย์เชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับพรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุคที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชนสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพ เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย มีขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้แผนพัฒนาดังกล่าวยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขา มีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น ผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานคร เหมาะแก่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ มีแหล่งช้อปปิ้ง ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้า รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพในการให้บริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นทั้งด้านมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบ ที่สามารถนำรายได้มาสู่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ จิตติคุณชูลี บุญช่วย (2561) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมายตามรูปแบบ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งการท่องเที่ยวยังสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวข้อยังกัน กรุงเทพมหานคร จึงสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และกลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต สอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (2560, สื่อบริการ) ที่กล่าวว่าพัฒนาประเทศไทย ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่จะสร้างความเข้มแข็งจากภายในเน้นการปรับเปลี่ยนใน 4 ทิศทาง คือจากกรพึ่งพาเศรษฐกิจโลก สู่การสร้าง ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ เน้นการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ สู่การผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม เน้นเงินทุนและทุนทางกายภาพสู่การเน้นทุนมนุษย์และเทคโนโลยี สู่การกระจายของ ความมั่งคั่ง และโอกาส ดังนั้นการที่จะผลักดันให้กรุงเทพมหานคร เป็นต้นแบบของเมือง การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความเสมอภาค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

วิสัยทัศน์ อันดับที่ 3 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิต ชีวา และกิจกรรม ทุกรูปแบบ ทุกช่วยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ที่แตกต่างกัน หากอยู่ร่วมกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน

คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การพัฒนายุทธศาสตร์ภายใต้ วิสัยทัศน์นี้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา ทำให้ยกระดับการพัฒนาดังกล่าวขึ้นเป็นรูปแบบ (Model) ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่มีลักษณะพหุวัฒนธรรมและพหุศาสนาที่สามารถอาศัยอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข กรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีขนบธรรมเนียม และรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางสังคมของกรุงเทพมหานครต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนในการพัฒนา ซึ่งมีโครงการวางแผนปฏิบัติการการจัดการท่องเที่ยวระดับชุมชน บนฐานของสมรรถนะชุมชน และโครงการอบรมทักษะการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง ล้วนแต่เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเข้มแข็งสามารถปกครองตนเองบนสมรรถนะของชุมชน โดยทุกคนในชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเอง จึงเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เกิดความยั่งยืน และทำให้สังคมเกิดความสันติสุข ซึ่งสัมพันธ์กับ แนวคิดของ อเนก เหล่าธรรมทัศน์ (2552) ที่กล่าวว่า ประชาธิปไตยที่แท้จริง คือ การปกครองตนเองเพราะการปกครองแบบผู้แทน ไม่ก่อให้เกิดความผูกพันกับท้องถิ่น ดังนั้น กรุงเทพมหานครจะเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม สร้างความเข้มแข็งจากฐานล่าง โดยประชาชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายจนถึงกระบวนการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์ อันดับที่ 4 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครที่งดงามด้วยสุนทรีย์ของศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรมของศาสนสถานที่โดดเด่น เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ผังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้อย่างงดงาม เดินเข้าศาสนสถานเพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็ว รุ่มร้อนให้ผ่อนคลาย เดินช้าลงเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวในกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอารมเพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 4

การสร้างความสะดวกให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเอกลักษณ์ของไทย ผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ยาวนาน ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ มีต้นทุน ทางประวัติศาสตร์ มีโบราณสถาน ศาสนสถาน ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ตลอดจนทรัพยากรด้านการบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ ในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้ ประกอบกับ รูปแบบการท่องเที่ยวมิติใหม่ เป็นผลมาจากภาวะความเครียดจากการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนา กำลังได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับกระแส การท่องเที่ยวของโลก (ปรเมศร์ พิชญพันธ์เดชา, 2561) กรุงเทพมหานครสามารถพัฒนาให้ เป็นจุดหมายปลายทางในเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติทุกศาสนาสามารถเดินทางมากรุงเทพมหานคร เพื่อเรียนรู้ หลักธรรมะเบื้องต้น ผ่าน โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งล้วนแต่มีหลัก ธรรมะแฝงอยู่ในงาน พุทธศิลป์ เช่น โบสถ์ วิหาร พระราชวัง ศูนย์วัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้น กรุงเทพมหานครควรมีพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เพื่อสร้างความยั่งยืนและความหลากหลายของวัฒนธรรม พัฒนาจิตใจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไป ดำเนินการ โครงการนำร่องในชุมชนศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชน หมู่บ้านสุนทรศิริ ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้ ห้วยขวาง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นชุมชนที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม สามารถนำมาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่า และสามารถนำมา เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ชรลัดดา เพ็ชรภักดี (2563) ที่ได้ศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนา พบว่า กรุงเทพมหานครกรุงเทพ มีองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองที่ดีเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจาก มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ร้านอาหาร การช้อปปิ้ง ความหลากหลายมีชีวิตชีวา และจากการศึกษาทำให้ทราบว่า ห้วยขวาง สามารถจัดทำแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการใน 4 ลักษณะ กล่าวคือสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ แบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สังคม และแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ดังนั้น ควรพัฒนา พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเขตห้วยขวาง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 ด้าน

ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งก่อให้เกิดประสบการณ์และความประทับใจที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้นำวิสัยทัศน์มากำหนดเป็นเป้าหมาย กำหนดทิศทางในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์ระวีโรจน์รุ่งสัจย์ (2556) ที่กล่าวถึง การท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนด กระบวนการ ทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ และมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนนั้น มีจุดขายที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต การอนุรักษ์ รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นหลานและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนแท้จริง โดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้มีการจัดตั้งชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ขึ้น มีการกำหนดโครงสร้างและหน้าที่ การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จและเกิดความยั่งยืนในทุกมิติ จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน ดังนั้นการจัดตั้งชมรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงเป็นหนึ่งในวิธีการของการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ซึ่งการจัดตั้งชมรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น สอดคล้องกับ กมลชนก จันทร์เกตุ (2560) ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา พบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ควรมีหน่วยงาน ที่รับผิดชอบในรูปแบบคณะกรรมการ มีแผนงานด้านท่องเที่ยว มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยว ของชุมชนอย่างยั่งยืนที่มีความสมดุลของการพัฒนาในมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้เงื่อนไขการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกๆ กระบวนการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวห้วยขวาง ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ด้านการเข้าถึงการต้อนรับความเป็นมิตร และการนำเที่ยว ด้านที่พักอาหาร เครื่องดื่มและสินค้า และด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561-2565 (กรุงเทพมหานคร, 2560, สืบออนไลน์) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมู่บ้านสุนทรศิริ ได้มีการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิต ตลอดจนได้รับประสบการณ์และเสริมสร้างทักษะจากการลงมือปฏิบัติจริง จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในรูปแบบเที่ยวกินไหว้หลากหลายสไตล์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิรต์ธ ชินโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์ (2559)

ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง เป็นการสร้างหรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมนำมาสร้างนวัตกรรมการสร้างสรรค์ ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการ การท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วมการเรียนรู้และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย มีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การจัดการพลังงานทดแทนและมีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยขวง ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว ชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยขวง ของชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ มีระบบไฟฟ้าประปา ถนนที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการ มีการให้บริการที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน มีการฝึกอบรมการพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการวิธีการถ่ายทอดเรื่องเล่าด้วยการเล่าให้ฟัง ชุมชนที่ศึกษาจึงใช้การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนตนเองแก่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต้องการรับรู้เรื่องเล่าของชุมชนเกี่ยวกับจุดท่องเที่ยว รองลงมา เป็นประวัติชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวและวิถีชุมชน ตามลำดับ ซึ่งได้มีการจัดทำโครงการอบรมมัคคุเทศก์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับผลการประเมินเชิงคุณภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ (Auto Evaluation) ในส่วนที่เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของชุมชนว่า “ในอนาคต 10-15 ปี ชุมชนหมู่บ้านสุนทรศิริ จะเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่โดดเด่น มีแบรนด์การท่องเที่ยวที่มีจุดยืนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 4 แบรินด์ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และด้านวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ เพื่อให้การท่องเที่ยวนำไปสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีการดำเนินการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อน วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ที่ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ในการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการร่วมกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาในระดับท้องถิ่นได้จริง เพื่อให้ สอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะการนำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1. ภาครัฐ โดยเฉพาะกลุ่มงานยุทธศาสตร์กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว สามารถนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้

2. ภาคเอกชน ควรให้ความร่วมมือในการผลักดันการนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานครไปสู่การปฏิบัติ กำหนดแผนการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของกรุงเทพมหานคร ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

3. ภาคประชาชนและชุมชน ในกรุงเทพมหานคร ควรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โดยร่วมกันสร้างระบอบประชาธิปไตยท้องถิ่นแบบปกครองตนเอง ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถกำหนดแผนงานและนโยบายในการพัฒนาชุมชนของตนเองได้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานครต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในการสร้างรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายทางการท่องเที่ยว อาทิ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุตลาดออนไลน์

2. ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดอื่น

บรรณานุกรม

- Aunkrusa Sangchumnong. (2561). The Development of sustainable tourist destination base on the creative economy: A case study of Klong Kone Mangrove Community Thailand. **Kasetsart Journal of Social Sciences**, 40, 642–649.
- Binkhorst E. (2006). **The Co–Creation Tourism Experience**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2562, จาก http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- Christian Stipanović and Elena Rudan. (2014). Development Concept And Strategy For Creative Tourism of the Kvarner Destination. **22 nd Biennial Interntional Congress ; Tourism & Hospitality Industry 2014. Journal of hospitality**, 256–272.
- Evangelos Christou. (2557). Branding Social Media in the Travel Industry. **Procedia–Social and Behavioral Sciences**, 175, 607–614.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management** (The Millennium ed.). Upper Saddle River, NJ: Person Prentice–Hall.
- Kotler, P. (2017). **Marketing 4.0 : moving from traditional to digital**. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Lan–Lan Chang and Yu Chih Huang. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourist’s motivation, experience, perceived value and revisit intention. **International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research**, 8(4), 401–419
- McMillan and Schumacher. (1997). **Research in Edition: Pearson Higher Ed**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://go-pdf.online/schumacher-and-mcmillan.pdf>
- Oraphan Chanin and Ploykanok Khunchumnan. (2562). Guidelines on Health Tourism Management for Middle Eastern Tourist in Phuket Province. **Pocedia Computer Science**, 65, 1146–1543.
- Pasapirch Chujai and Jatsada Singthongchai. (2558). TheTourist Attraction Recommender

System for Bangkok Thailand. **International Journal of Computer Theory and Engineering**, 12(1), 22–27.

Paul and Jeanne. (2015). **Pearson Higher Education & Professional Group**. USA: Pearson.

Richards G. (2010a). **Creative Tourism and Local Development**. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe**. New Mexico: USA.

Rogers Everett. (2003). **Diffusion of Innovations** (5 ed.). New York: Free Press A Division of Simon & Schuster, Inc.

Rojasak Chomvilailuk. (2557). Three-dimensional procession of Medical/Health Travelers and destination Brand Choices: Cases of Thailand. **Procedia–Social and Behavioral Sciences**, 175, 376–383.

World Tourism Organization. (2015). **Annual Report Tourism in numbers**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418039>

Wurzburger R. (2010). Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide. 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe**.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2546). ภาพอนาคตและคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

เดอริคไฮม์. (2009). The social organism. **Westminster review**, 73(143), 90–121.

เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2548). การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม : ประชาชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและราชการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย.

เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). ยุทธศาสตร์การพัฒนา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย.

เสรี เวชชบุษกร. (2556). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หน่วยที่ 7 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เออร์วิง สเวดโลว์. (2012). **Management, Global Edition**. England: Pearson Education Limited.

เอี่ยมพร หลินเจริญ (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 17(1).

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ระยะที่ 2. (2561–2565). ยุทธศาสตร์ที่ 6. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563, จาก

<http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/planing/developemnt2.pdf>

แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย ฉบับที่ 2. (2562). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ.2561 – พ.ศ. 2564). กรุงเทพฯ: การกิจการเผยแพร่และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการ ท้องเที่ยว.

โรเบิร์ต เมอร์ตัน. (2011). The logic of functional analysis. **Readings in the philosophy of socia science**, 349–375.

กช ทรายชู. (2560). ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเสนอแนวทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา. วารสารรัชต์ภาคย์, ฉบับ พิเศษ, 164–177.

กรมการท่องเที่ยว. (2556). แผนยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ.2554–2558. กรมการ ท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กรมการท่องเที่ยว. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=585

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558–2560. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2559, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

คิงเลย์ เดวิด และวิลเบิร์ต มัวร์. (2012). The functional theory of stratification: some neglected considerations. **American Sociological Review**, 772–782.

จอร์จ เอฟ แกน্থ. (1950). **Management, Global Edition**. England: Pearson Education Limited.

ชูศักดิ์ จุฑาธุชสวัสดิ์. (2555). ระบบเศรษฐกิจและพัฒนาการเศรษฐกิจไทย. กรุงเทพฯ: ส.เสริมมิตรการพิมพ์.

ณรัชชชอร์ ศรีทอง. (2556). แนวคิดหลักการและการปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: โอ เดียนสโตร์.

- ณัฐฉินันท์ พรหมณีนันท์. (2557). ดิวข้อสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความประพฤติและการปฏิบัติของ
วิชาชีพครู ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับวิชาการศึกษา. กรุงเทพฯ: ไสเ็ด็ดพับลิชชิง.
- ธงชัย ภูวนารถจิตร และคณะ. (2562). การวิจัยการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการเพื่อ
สร้างให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาผ่านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
และการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว. มนุษยศาสตร์สาร, 20(2), 11-39.
- ธีรวิมล เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราช
ภัฏอุบลราชธานี.
- ธีรศานต์ สหัสสพาศน์. (2561). การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์. **SDU Res. J.**, 13(3), 81-95.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ข). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์ จำกัด.
- ปิยวรรณ ปนิทานเต. (2549). เมื่อความชรากำลังจะมาเยือนโลก. วารสารเทคโนโลยีวัสดุ, 80, 28-31.
- ปวิรัตน์ ชินโชติ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. **Veridian E-
Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)**, 9(1),
250-268.
- พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต. (2559). ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร.
วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(2), 57-68.
- พยอม ธรรมบุตร. (2562). แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่
กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(2), 83-101.
- พยอม ธรรมบุตร. (2562). แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบ
บูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อยกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรี
สะเกษ, 13(3), 65-75.
- พรณี บัวเล็ก. (2543). ลักษณะของนายทุนไทยในช่วงระหว่าง พ.ศ.2457-2482. กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูล
วิทยานิพนธ์ไทย.
- พงศ์ศักดิ์ อรุณจันทชัยรัตน์. (2559). เศรษฐกิจดิจิทัล. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2537). ความสำคัญของพระพุทธศาสนาในฐานะศาสนาประจำชาติ.
กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- พาร์สัน. (2009). ตัวแบบการวิเคราะห์ระบบการเมือง: ตัวแบบของฮิสตัน และพาร์สันส์. **KASEM BUNDIT
JOURNAL**, 14(2), 134-145.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนศาสตร์, 7(1), 205-250.
- ภัทรพร ทิมแดง. (2554). โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารสมาคม

นักวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 16(3), 88–101.

ภัสร์ศศิรี หืดจันทร์. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดร้อยเอ็ด.

Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences), 9(3), 127–139.

ภุรี ชุณหะวัณ. (2560). การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(ฉบับพิเศษ).

ภุรีวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร. (วารสาร)

มานิต กิตติจุงจิต. (2556). ประชาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นทางออกถึงชีวิต. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์กิจอักษร จำกัด.

รัตติยา พรหมกัลป์ และพระเทพปริยัติเมธี และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 21(1), 13–28.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ – ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

ลักษณาวดี บุญยะศิรินันท์. (2557). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. **CRMA Journal of Humanities and Social Sciences**, 5, 243–258.

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และพยอม ธรรมบุตร. (2557). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครปฐม. วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย, 11(4), 49–56.

วรทัศน์ อินทร์คัมพร. (2548). ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วัชระ งามจิตรเจริญ. (2554). แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). โคลงโลกนิติ. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/โคลงโลกนิติ>

ศุภิตา พุ่มเดช. (2560). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารมังรายสาร, 6(2), 79–102.

สเปนเซอร์. (2011). FUNCTIONALISM IN SOCIOLOGY. **Journal of MCU Social Science**.

สมบัติ กุสมาวลี. (2558). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การของบริษัทในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์. การประชุมวิชาการระดับชาติในวันคล้ายวันสถาปนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประจำปี 2558: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2551). ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ. (2545). 1 ปี นโยบายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2560). สารานุกรมเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ชุด “การปฏิรูปประเทศและการปกครองท้องถิ่น.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=6422
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2555). กระตุกต่อมคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เล่ม 2. กรุงเทพฯ: สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).
- สุภางศ์ จันทวานิช. (2558). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 22). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชัย พันเสน. (2558). วิวัฒนาการ ทฤษฎี และการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- ออกุส กงต์. (2011). Social Sanctions. **College of Social Innovation Rangsit University.**
- อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2558). เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) : นโยบายขับเคลื่อน เศรษฐกิจใหม่. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2562, จาก <http://www.parliament.go.th/Library>
- อารี ธีรสัตยาพิทักษ์. (2556). การท่องเที่ยวลูกผสมเชิงนิเวศผจญภัยและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว: บทเรียนจากสองแพรก หมู่บ้านเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 33(2), 167–185.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. จุลสารการท่องเที่ยว, 21(4), 38–48.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบรายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

แบบรายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน (Checklist for Community Study)

รายการที่ต้องการตรวจสอบ

1. ข้อมูลกายภาพ

1.1 ที่ตั้ง (Location)

1.1.1 หมู่บ้าน ตำบล (อบต.) อำเภอ จังหวัด ภาค

1.1.2 อาณาเขตติดต่อ

1.1.3 กลุ่มจังหวัดใกล้เคียง

1.2 การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and Connectivity)

1.2.1 การเดินทางเข้าถึงชุมชนมีกี่ทาง

1.2.2 มี Gate Way การเข้าถึงคืออะไร

1.2.3 ทางหลวงแผ่นดิน ถนนสายหลัก ถนนสายรอง

1.2.4 ถนนคอนกรีต ถนนลูกรัง ถนนหินคลุก

1.2.5 บริการรถเข้าถึงชุมชน จาก กทม. จากตัวจังหวัด มี/ไม่มี บริการทุกวัน/

บางวัน ราคาเหมารถเข้าชุมชน

2. ข้อมูลภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

2.1.1 ความสูงจากระดับน้ำทะเลกี่เมตร/ฟุต

2.1.2 ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่_____และเส้นแวงที่_____

2.1.3 มีเนื้อที่ประมาณ_____ไร่

2.1.4 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเนินเขา/พื้นที่เขา/พื้นที่รวม/เกาะ/ที่ราบ
ลุ่มแม่น้ำ/ที่ราบสูง/ที่ราบลุ่ม/ที่ปากแม่น้ำ/พื้นที่ต้นน้ำลำธาร

2.1.5 แหล่งน้ำทางธรรมชาติ ต้นน้ำลำธาร แม่น้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง

2.1.6 ลักษณะของดิน: ดินตะกอน ดินปนทราย ดินปนกรวด มีการชะล้าง
พังทลายสูง/ต่ำ มีพืชปกคลุมน้อย/มาก ลักษณะของดินแบ่งได้เป็นที่ชุดดิน: ชุดดินโคราช ชุดดิน
แม่ริม ชุดดินสดีก (ร่วนหยาบ)

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

- 2.2.1 สภาพอากาศจำแนกตามฤดูตามแบบ Kopper เช่น ภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน
- 2.2.2 มีกี่ฤดู ช่วงเวลาของฤดูต่างๆ
- 2.2.3 ลมมรสุม ช่วงเวลาของลมมรสุม
- 2.2.4 ปริมาณน้ำฝนที่มีลิเมตรต่อปี
- 2.2.5 ลักษณะอุณหภูมิ ลักษณะอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี ลักษณะอุณหภูมิสูงสุด/ต่ำสุด ในเดือนอะไร

2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

- 2.3.1 ทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ สังคมพืชป่าผลัดใบ/เต็งรัง/ป่าเบญจพรรณ/ทุ่งหญ้า/ป่าไม่ผลัดใบ/ป่าดิบชื้น/ป่าดิบแล้ง/ป่าดิบเขา/ป่าพรุ/ป่าชายเลน/ป่าชายหาด/ป่าบึง ป่าทาม/ความโดดเด่นของป่าในพื้นที่

- 2.3.2 การปกคลุมพืชชั้นล่าง ความชื้น ความสมบูรณ์ของป่า การตัดไม้ทำลายป่า

- 2.3.3 พันธุ์ไม้ ดอกไม้ พืชเด่นท้องถิ่น

- 2.3.4 สัตว์ป่าชนิดต่างๆ นกประจำถิ่น นกย้ายถิ่น ผีเสื้อ

2.4 การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

- 2.4.1 พื้นที่อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยาน ป่าสงวน พื้นที่เขตทหารที่ราชพัสดุ ฯลฯ

2.5 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์

- 2.5.1 ลมมรสุม คลื่นยักษ์ ดินถล่ม โคลนถล่ม อุทกภัย วาตภัย การก่อเหตุร้าย ยาเสพติด

3. ข้อมูลด้านสังคม

3.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่/ชุมชน

- 3.1.1 ตั้งเป็นชุมชนมานานแล้วประมาณกี่ปี
- 3.1.2 ชาวบ้านชาวเมืองเดิมเป็นใครมาจากไหน
- 3.1.3 ผู้ก่อตั้งชุมชนรุ่นแรกคือใคร มาเริ่มตั้งรกรากบริเวณใดเป็นที่แรก
- 3.1.4 ที่มาของการตั้งชื่อชุมชน ตามลักษณะของภูมิประเทศ/พืชเด่นของพื้นที่/ผู้ก่อตั้ง ฯลฯ

3.2 จำนวนประชากร

- 3.2.1 มีประชากรที่คน ที่ครัวเรือน เพศหญิง/ชายที่คน เป็นคนไทยพื้นเมือง หรือชนเผ่า
- 3.2.2 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุใด เด็ก หนุ่มสาว คนสูงอายุ
- 3.2.3 ประชากรส่วนมากอาศัยอยู่ในชุมชนมาที่ปี และเป็นภูมิลำเนาเดิมตั้งแต่เกิด หรือมีการย้ายถิ่น

3.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

- 3.3.1 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด เช่น ที่ราบเชิงเขา ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ริมหหนองคลองบึง
- 3.3.2 บริเวณสวน ไร่พื้นที่นา ไร่ป่า
- 3.3.3 ลักษณะบ้านส่วนใหญ่ทำด้วยวัสดุอะไร บ้านไม้ บ้านอิฐ บ้านดิน สีหลังคาจาก สังกะสี กระเบื้อง ฯลฯ
- 3.3.4 ลักษณะการปลูกบ้านเรือนเป็นอย่างไร เป็นบ้านกะต๊อบ บ้านชั้นเดียว พื้นเป็นดิน บ้าน 2 ชั้นยกพื้นสูง ยุ้งฉาง ใต้ถุน ครัว ล้อมเป็นล้อมซุ้ม หรือล้อมหลุม
- 3.3.5 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ติดกัน กระจุกเป็นกลุ่ม เช่น เป็นคุ้ม หรือตั้งบ้านเรือนกระจายตามพื้นที่สวน ไร่ นา

3.4 ความเชื่อ ศาสนาของชุมชน

- 3.4.1 ประชาชนนับถือศาสนาอะไร ลัทธิ นิกายอะไร นับถือผี บรรพบุรุษ
- 3.4.2 มีการปฏิบัติธรรม พิธีการทางศาสนา
- 3.4.3 มีการศาสนสถานสำคัญอะไรบ้าง

3.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การแต่งกาย

- 3.5.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชน ของเผ่าต่างๆ
- 3.5.2 อาหารท้องถิ่น อาหารโภชนาบำบัด
- 3.5.3 ลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชน การทอผ้า
- 3.5.4 ในชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ ตำนาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งโบราณคดี

3.5.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทำมาหากิน การเกษตร อาหาร

3.5.6 วรรณกรรม ดนตรี การพักผ่อน ศิลปะในชุมชน

3.6 สุขภาพ อนามัยของชุมชน

3.6.1 มีอนามัย โรงพยาบาล คลินิก ที่แห่ง

3.6.2 มีสาธารณสุขพื้นฐาน มีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่

- 3.6.3 อยู่ห่างจากโรงพยาบาลในจังหวัดกี่กิโลเมตร
- 3.6.4 อัตราการเกิด อัตราการตาย ของทารกแรกเกิด
- 3.6.5 อายุเฉลี่ยของคนในชุมชน
- 3.6.6 การรักษาแพทย์พื้นบ้าน สมุนไพร: นวด การรักษาตามความเชื่อ

ดั้งเดิม

3.7 การศึกษาในชุมชน

- 3.7.1 มีโรงเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยที่แห่ง
- 3.7.2 มีนักเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยกี่คน
- 3.7.3 มีการศึกษานอกระบบ (กศน.)
- 3.7.4 มีโครงการอบรมวิชาชีพต่างๆ
- 3.7.5 มีโครงการอบรมด้านเกษตรทฤษฎีใหม่ เศรษฐกิจแบบพอเพียง
- 3.7.6 มีห้องสมุดชุมชน ห้องสมุดเคลื่อนที่ ที่อ่านหนังสือชุมชน

3.8 เศรษฐกิจชุมชน

- 3.8.1 ภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ภาคบริการ
- 3.8.2 ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เช่น ป่า เหมืองแร่ แหล่งน้ำธรรมชาติ

คุณภาพดิน

3.8.3 อาชีพหลักของชุมชน เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชสมุนไพร
รับจ้าง ค้าขาย การเก็บของป่าเพื่อดำรงชีวิต การประมง การรับจ้าง

3.8.4 การเลี้ยงสัตว์: วัว ควาย ช้าง ม้า หมู เป็ด ไก่ ฯลฯ

3.8.5 การผลิตสินค้า OTOP หัตถกรรม จักสาน การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การทอผ้า ฯลฯ

3.9 การจัดการด้านการใช้พื้นที่ และการจัดการทรัพยากรในชุมชน

- 3.9.1 การ Zoning ของ Land use
- 3.9.2 การจัดการทรัพยากร
- 3.9.3 การจัดการมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียง
- 3.9.4 การจัดการของเสีย
- 3.9.5 การจัดการน้ำ บำบัดน้ำเสีย

ภาคผนวก ข รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1. รายการทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ: ฤดูกาล อุณหภูมิ ฯลฯ							
พืช ต้นไม้ ดอกไม้: ป่าไร้เขา สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ ทุ่งหญ้า สมุนไพร ความหลากหลายทางชีวภาพ สวนครัว ฯลฯ							
สัตว์: นก สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ แมลง สัตว์ป่า สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม สัตว์เลี้ยง ปศุสัตว์ สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ ฯลฯ							
น้ำ แม่น้ำ ลำคลอง สระน้ำ: ลำธาร แม่น้ำ น้ำพุร้อน บึงหนอง ทะเล หิมะ ฝน น้ำแข็ง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน คลอง ฯลฯ							

2. รายการทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
มรดกวัฒนธรรม: ปราสาท บ่อม ที่เกิดคนสำคัญ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมพื้นบ้าน พิพิธภัณฑน์ อนุสาวรีย์ ศูนย์ข้อมูล ศูนย์วัฒนธรรม สนามรบ ถนนโบราณ หมู่บ้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ							
มรดกด้านศาสนา: โบสถ์วิหาร สุเหร่า โบสถ์คริสต์ วัด สุสาน เมรุ ศาสนสถาน ปราสาทขอม เจดีย์ ปรางค์ พระพุทธรูปปางต่างๆ สถาปัตยกรรมด้านศาสนา จิตรกรรมฝาผนัง โบสถ์ ประติมากรรม พระไตรปิฎก กุระอ่าน							
ศิลปะชาติพันธุ์: ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา คนพื้นเมือง การฟ้อนรำ ดนตรี ภาษาถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม บ้านเรือน หัตถกรรม อุตสาหกรรมครัวเรือน รายการทีวี การแสดง ชนบทรรมนิยม ประเพณี							

3. รายการทรัพยากรมหรรรณและปรากฏการณ์ที่สำคัญ

ทรัพยากร มหรรรณและ ปรากฏการณ์ ที่สำคัญ	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
มหรรรณ: เฟสดีวัล ดนตรี ชนิดต่างๆ แจ๊ส บ็อบ การแสดง ละคร เต็นร่า บัลเลย์ ลีเก หน่งใหญ่ หุ่นกระบอก มหรรรณ ผลไม้ งานแสดงสินค้า							
การแข่งขัน: กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล มวย ระดับชาติ โลก กรีฑา ถ้วยดิงส์คัพ ม้าโชว์ การแข่งขัน ประกวดสุนัข การแข่งขันเรือ การแข่งขัน จักรยาน ฯลฯ							
งานแสดงสินค้าธุรกิจ: งานแสดงสินค้า เกษตรกรรม เรือ รถยนต์ อุปกรณ์กีฬา งานประชุมธุรกิจ ประชุมสมาคมโลก							
งานแสดงอื่นๆ: วันชาติ งานฉลอง ชบวนแห่มหรรรณ แสง บุญ ประกวด งานแสดงด้านการทหาร การถ่ายรูป							

4. รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

ทรัพยากร ด้านกิจกรรม	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
กิจกรรมนันทนาการ: สนามเด็กเล่น สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เส้นทาง ศึกษาธรรมชาติ โดctrim ทางจักรยาน ว่ายน้ำ วาตรูป สนามกรีฑา สระน้ำ พายเรือ ดำน้ำ ล่องแพ ล่าสัตว์ ตกปลา ยิงปืน ฯลฯ							
กิจกรรมด้านบริการ: ขายปลีกอุปกรณ์ แคมป์ อุปกรณ์เล่นสกี หอคิลป์ เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิค แก้ว สินค้า โรงงาน ศูนย์ประชุม สินค้ามือสอง SPA การอบสมุนไพร การนวด การรักษา							
สิ่งอำนวยความสะดวก: ทัวร์สวนผลไม้ ทัวร์อุทยานแห่งชาติ ฟาร์ม สวนพฤกษชาติ ห้องฟ้าจำลอง สวนสนุก ทัวร์โรงงาน เขื่อน เหมือง ท่าเรือ สถานีรถไฟ รถกระเช้า สวนสาธารณะ							

5. รายการทรัพยากรด้านบริการ

ทรัพยากร ด้านบริการ	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
การขนส่ง: การเข้าถึง ยานพาหนะ เรือ รถไฟ รถยนต์ เครื่องบิน รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ							
ที่พักแรม: โรงแรม 2-3-4 ดาว Guest Houses, B and B Homestay Farmstay โมเต็ล หอพัก เยาวชนแคมป์							
การต้อนรับ: ศูนย์ข้อมูล แผนที่ โบรชัวร์ ของที่ระลึก อ่านไกดส์ เส้นทางทัวร์ ป้ายบอกทางแผนที่ ไกดส์ท้องถิ่น เดินเที่ยวเอง ภาพลักษณ์ของสถานที่ ที่ทำเจ้าของบ้าน บริษัท ทัวร์							
บริการอื่นๆ: การซ่อมต่างๆ ปั้มน้ำมัน ธนาคาร ATM ที่แลกเงิน ตำรวจ ท่องเที่ยว อุบัติเหตุ ประกันภัย บริการ สุขภาพ ไฟฟ้า ประปา ท่อระบายน้ำ โทรศัพท์							

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน
และนักวิชาการ



แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง
ยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ
เขตห้วยขวาง

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ
ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ
อุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ

นางสาวเทพิน ไคร้วานิช

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสัมภาษณ์

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักวิชาการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ ชาย หญิงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว

วันที่..... เดือน..... พ.ศ. 2564 เวลา

สถานที่ทำการสัมภาษณ์

.....

ตอนที่ 2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ได้แก่

ทรัพยากรธรรมชาติ

1)..... 2)..... 3).....

ทรัพยากรวัฒนธรรม

1)..... 2)..... 3).....

ทรัพยากรมหกรรม

1)..... 2)..... 3).....

ทรัพยากรกิจกรรม

1)..... 2)..... 3).....

ทรัพยากรบริการ

1)..... 2)..... 3).....

ตอนที่ 3 ท่านคิดว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ ได้แก่

จุดแข็ง

1)..... 2)..... 3).....

จุดอ่อน

1)..... 2)..... 3).....

โอกาส

1).....2).....3).....

อุปสรรค

1).....2).....3).....

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันซึ่งต่อไปนี้อย่างไร

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (เช่น มีความหลากหลาย สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น เป็นต้น)

.....
.....
.....

ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เช่น มีการจัด Zoning การปรับแต่งภูมิทัศน์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน มีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน)

.....
.....
.....

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (เช่น มีการวางแผนร่วมกับชุมชน ในด้านการอนุรักษ์ การกระจายรายได้อย่างทั่วถึง)

.....
.....
.....

ด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย (เช่น มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่และบริบทของแหล่งท่องเที่ยว มีการสื่อความหมายชัดเจนเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว)

.....
.....
.....

ตอนที่ 5 ท่านคิดว่าพื้นที่นี้ควรมีวิสัยทัศน์ หมายถึง ความปรารถนา ความใฝ่ฝัน ความต้องการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ความสำเร็จสูงสุดในระยะเวลา 5-10 ปี ข้างหน้าในอนาคต คืออะไร

วิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสังคม

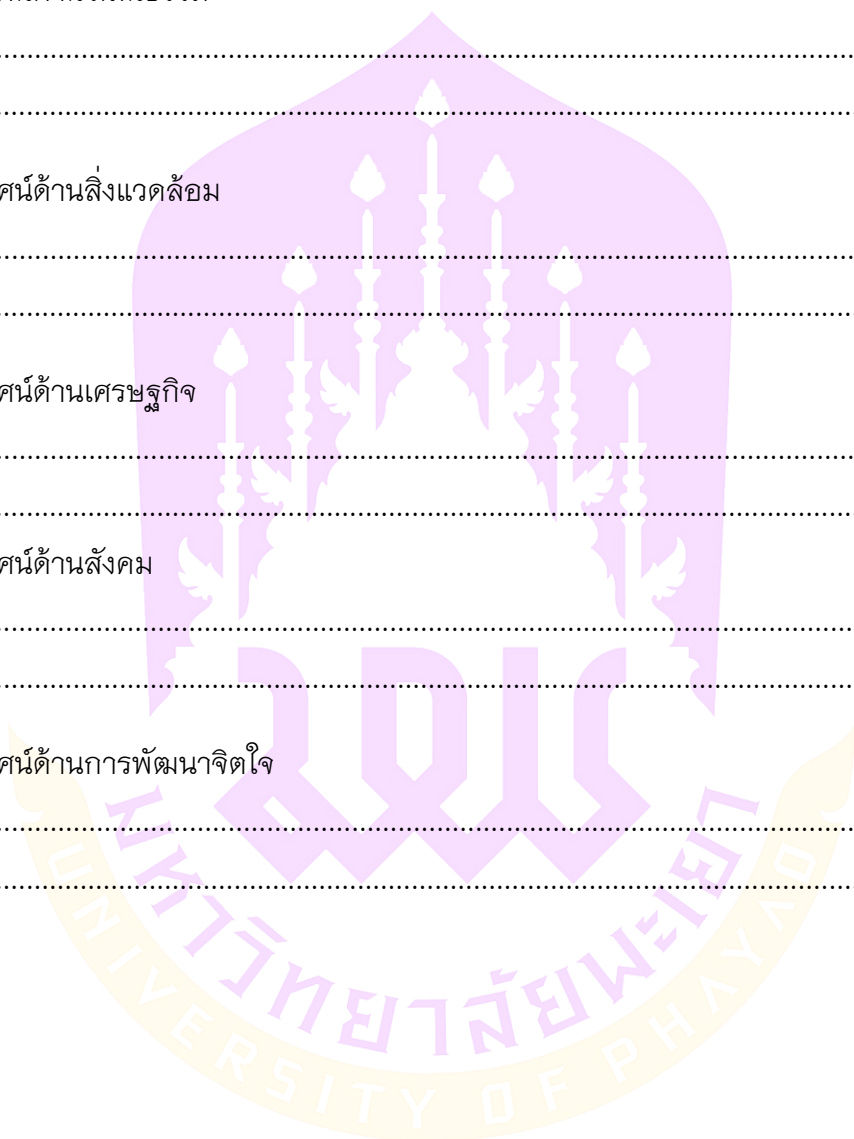
.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านการพัฒนาจิตใจ

.....

.....



ตอนที่ 6 ท่านคิดว่า เพื่อพัฒนาพื้นที่ไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ พื้นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ คือ แผนงานหลักที่สำคัญในด้านต่างๆ กลยุทธ์ ได้แก่ แผนงานกลุ่มโครงการ และ โครงการอะไรบ้าง

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.1) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
โครงการ

.....
โครงการ

.....
โครงการ

1.2) กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

โครงการ

.....
โครงการ

.....
โครงการ

2) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

2.1) กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

โครงการ

.....
โครงการ

.....
โครงการ

2.2) กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

โครงการ

.....

โครงการ

.....

โครงการ

.....

3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

3.1) กลยุทธ์การบริหารการจัดการการท่องเที่ยว

โครงการ

.....

โครงการ

.....

โครงการ

.....

3.2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจากการท่องเที่ยวชุมชน

โครงการ

.....

โครงการ

.....

โครงการ

.....

4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

4.1) กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน

โครงการ

.....

โครงการ

.....

โครงการ

.....

4.2) กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

โครงการ

.....

โครงการ

.....

โครงการ

.....

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

ด้านสังคม

.....

.....

ด้านการพัฒนาจิตใจ

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

ภาคผนวก ง แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว



แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง” แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวเทพิน ไคร์วานิช

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรมมหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 15-24 ปี 25-34 ปี
 35-44 ปี 45-54 ปี
 55-64 ปี 65 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ โสด สมรส
4. การศึกษา ประถมศึกษา มัธยมต้น/ปวช.
 มัธยมปลาย/ปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา
 ข้าราชการบำนาญ เกษตรกร
 รับจ้าง/ฟรีแลนซ์/ขายของออนไลน์
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน
 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
6. รายได้/เดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-25,000 บาท
 25,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท
 40,001-55,000 บาท 55,001-60,000 บาท
 60,001-75,000 บาท 75,001-80,000 บาท
 80,001-95,000 บาท 95,001-100,00 บาท
 100,001 บาทขึ้นไป
7. โดยทั่วไปท่านศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งใด
 เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ปากต่อปาก
 บริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว
 เอกสารแผ่นพับ/โบว์ชัวร์/วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง
 สื่อออนไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์
 สื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูป/บล็อกเกอร์/รีวิว

8. โดยทั่วไป ท่านซื้อตั๋วเครื่องบิน ตั๋วโดยสาร จองที่พัก รถเช่า เพื่อมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครผ่านทางช่องทางใด

- ซื้อผ่านบริษัทท่องเที่ยว/ซื้อโดยตรงกับผู้ให้บริการ
- ซื้อผ่าน Agoda ซื้อผ่าน Booking.com
- ซื้อผ่าน Expedia ซื้อผ่าน Traveloka
- ซื้อผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน

9. โดยทั่วไปท่านมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างไร

- ไปคนเดียว ไปกับครอบครัว
- ไปกับกลุ่มเพื่อน ไปกับบริษัทนำเที่ยว
- ไปกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร

10. ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นรูปแบบใด

- รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถไฟ
- เรือ รถจักรยานยนต์ รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว
- รถทัวร์บริษัทขนส่ง เครื่องบินพาณิชย์

11. เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครท่านมีการพักค้างคืนหรือไม่

- พักค้างคืน ไม่พักค้างคืน (หากเลือกข้อนี้ กรุณาข้ามไปทำข้อ 14)

12. ถ้าท่านพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานครท่านเลือกที่พักประเภทใด

- โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์
- บ้านญาติ/เพื่อน โฮสเทล/เกสต์เฮาส์ วัด/โรงเรียน

13. ท่านใช้เวลาพักค้างในกรุงเทพมหานครกี่คืน

- 1 คืน 2 คืน มากกว่า 2 คืน

14. โดยทั่วไปท่านใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่บาทต่อครั้ง

- ต่ำกว่า 1,000 บาท 1,001–2,000 บาท 2,001–3,000 บาท
- 3,001–4,000 บาท 4,001–5,000 บาท
- มากกว่า 5,001 ขึ้นไป

15. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของท่านคือข้อใด

- ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9
- ศิลวัฒนธรรม วัดพระแก้ว วัดพระเชตุพน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- มหกรรม สงกรานต์ ถนนข้าวสาร งานลอยกระทงแม่น้ำ คนจีนเยาวราช

- กิจกรรม ซ็อบปิ้ง ถ.สุขุมวิท ล่องเรือดินเนอร์แม่น้ำเจ้าพระยา นวดวัดโพธิ์
- บริการ รถไฟฟ้า MRT/BTS (กิน Street Food เยววราช) เรือด่วนเจ้าพระยา
เที่ยวราตรีของหล่อ พัก HOSTEL บางลำพู

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้มีคุณภาพ ความโดดเด่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจ
และมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง
 ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่					
2. สวนบางกระเจ้า สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9					
3. สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์					
4. สวนสนุก สยามอะเมซิ่งปาร์ค สวนน้ำไฟโรโระ โลกได้น้ำสยามพารากอน					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาด มิวเซียมสยาม					
3. ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์					
4. วัดแสงเม่งยี ศาลท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ โบสถ์ซานตาครุซ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม					
1. วันวิสาขบูชา วันเข้าและออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ ลอยกระทง					
2. เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก					
3. มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มหกรรมซ็อบปิ้งแห่งเอเชีย มหกรรมผลไม้ไทย					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. ด้านศิลปะไทยไหว้พระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา					
2. ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพุทธวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ					
3. ซ็อบปิ้งย่านสุขุมวิท เที่ยวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด					
4. เยี่ยมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพ					

ทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีระบบสาธารณูปโภค ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอกทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi					
2. การคมนาคม ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง เครื่องบินเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวก สนามบิน มีล้อ ราง เรือ และอากาศ					
3. ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา อย่างเพียงพอ					
4. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
5. มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด					
2. มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ					
3. มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และสุวรรณภูมิ					
4. มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง					
5. เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจ ของประเทศ					
6. รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
2. ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อ ขยายบนอินเทอร์เน็ต					
3. ขาดแผนการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
4. ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน					
5. การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาระบบเศรษฐกิจทุนนิยม					

โอกาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ					
2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม					
3. มีระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ รวง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว					
4. มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต / เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บน อินเทอร์เน็ต					
5. มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการ รับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว					
อุปสรรค					
1. มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น					
2. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็น สาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง					
3. ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID19 ภัยธรรมชาติ					
4. โลกมีปัญหาการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต					
5. การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ					
6. การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน					

ตอนที่ 4 การประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่					
1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
1.2 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
1.3 มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ					
1.4 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในอนาคต					
2. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่					
2.3 การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
2.4 การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
2.5 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
3. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรม					
3.2 ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้					
3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว					
3.4 มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ					
3.5 มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
4. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึก					
4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก					
4.2 มีวิธีการสื่อความหมาย ที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4.4 กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

วิสัยทัศน์

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือ ความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจุดยืน 4 ด้านใน 5-10 ปีข้างหน้าในระดับต่อไป

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอนาคต เน้นเยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลอง ร้อยๆสาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้าปอดของกรุงเทพ เยี่ยมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปลูกป่าชายเลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ช้อปบึ่งในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนครแห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติ เพียบพร้อมด้วยศักยภาพไร้ขีดจำกัดหัวใจเมืองหนึ่ง และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับพรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุค ที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<p>3. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกชั่วยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ที่แตกต่าง หากอยู่ร่วมกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่ได้สัมผัสด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน</p>					
<p>4. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงามด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่น่าสนใจ เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ฟังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้อย่างดีงาม เดินเข้าศาสนสถานเพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็วร้อนรนให้ผ่อนคลาย เดินช้าลงเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวในกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาศรม เพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน</p>					

ยุทธศาสตร์

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานคร ควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท้องที่เกี่ยวเนื่องและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท้องที่เกี่ยวเนื่องแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการพัฒนาลินค้าทางวัฒนธรรม ลินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท้องที่เกี่ยวเนื่องแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท้องที่เกี่ยวเนื่องแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน					

กลยุทธ์และโครงการ

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานคร ควรมี**กลยุทธ์** คือ แผนปฏิบัติการและโครงการ เพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ วิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนดในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว: อย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย					
โครงการที่ 4 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในททม. ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครช้อปปิ้งแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขตเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ					

กลยุทธ์	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของ กทม. แทนการเผาและฝังกลบ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขต ในกทม.					
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียน ในกทม.					
โครงการที่ 4 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการในกทม.					
โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 6 โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ในกทม.					
โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียน ขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยว กทม.					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล					
โครงการที่ 3 โครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานครสีเขียว ปลอดภัย มลพิษ สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก”					
โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยว ระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน”					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิส ตะวันออก เพื่อสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมแม่น้ำ ลำคลอง ที่ร่มเย็น”					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food”					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานครแต่งงาน เทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของ กทม. แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง					
โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมใน แก่ชุมชน 50 เขต					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต					
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม.					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ใน กทม.					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้พรมแดนใน อาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย					

กลยุทธ์	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกทม. เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน					
โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรมกรุงเทพมหานครตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณีสิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกทม.					
โครงการที่ 3 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ					
โครงการที่ 4 โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตร บ้านมุกข์ชั้นลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกทม.					
กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกทม.					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมแก่นแท้พุทธศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขต กทม.					
โครงการที่ 3 โครงการอบรมการปลูกจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างยั่งยืน 50 เขต ในกทม.					
โครงการที่ 4 โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 5 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถือนศีล 5 ทวัหฺล้าใน กทม.					
โครงการที่ 6 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกทม.					
โครงการที่ 7 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัด กทม.					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

โครงการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....

.....

โครงการด้านเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

.....

.....

โครงการด้านพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน

.....

.....

โครงการด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ



ภาคผนวก จ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน



แบบสอบถามความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน
เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง
ยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ
เขตห้วยขวาง

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนสุนทรศิริ เขตห้วยขวาง” แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวเทพิน ไคว้วานิช

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรมมหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

- | | | |
|-----------------|--|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 15-24 ปี | <input type="checkbox"/> 25-34 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 35-44 ปี | <input type="checkbox"/> 45-54 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 55-64 ปี | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป |
| | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| | <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมต้น/ปวช. |
| | <input type="checkbox"/> มัธยมปลาย/ปวส. | <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
| 4. การศึกษา | <input type="checkbox"/> แม่บ้าน/พ่อบ้าน | <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา |
| | <input type="checkbox"/> ข้าราชการบำนาญ | <input type="checkbox"/> เกษตรกร |
| | <input type="checkbox"/> รับจ้าง/ฟรีแลนซ์/ขายของออนไลน์ | <input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน |
| | <input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> พนักงานเอกชน |
| | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | |
| | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-25,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 25,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001-40,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 40,001-55,000 บาท | <input type="checkbox"/> 55,001-60,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 60,001-75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 75,001-80,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 80,001-95,000 บาท | <input type="checkbox"/> 95,001-100,00 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 100,001 บาทขึ้นไป | |
| | <input type="checkbox"/> 100,001 บาทขึ้นไป | |
| 6. รายได้/เดือน | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-25,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 25,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001-40,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 40,001-55,000 บาท | <input type="checkbox"/> 55,001-60,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 60,001-75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 75,001-80,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 80,001-95,000 บาท | <input type="checkbox"/> 95,001-100,00 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 100,001 บาทขึ้นไป | |
| | <input type="checkbox"/> 100,001 บาทขึ้นไป | |

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้มีคุณภาพ ความโดดเด่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับใด โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางขุนเทียน คลองบางกอกใหญ่					
2. สวนบางกระเจ้า สวนจตุจักร สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9					
3. สวนสยาม สวนสัตว์คลองสามวา ซาฟารีเวิลด์					
4. สวนสนุก สยามอะเมซิงปาร์ค สวนน้ำไฟโรโระ โลกได้น้ำสยามพารากอน					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตร					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาด มิวเซียมสยาม					
3. ย่านเมืองเก่าแก่บนเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนเก่าแก่ฝั่งธนบุรี ย่านชุมชนไชน่าทาวน์					
4. วัดเล่งเน่ยยี ศาลท้าวมหาพรหม ศาลเจ้าพ่อเสือ โบสถ์ซานตาครุซ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านประเพณี เทศกาล มหกรรม					
1. วันวิสาขบูชา วันเข้าและออกพรรษา ประเพณีวันสงกรานต์ ลอยกระทง					
2. เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลอาหารไทยครัวโลก					
3. มหกรรมงานแสดงสินค้าเอเชีย มหกรรมช้อปปิ้งแห่งเอเชีย มหกรรมผลไม้ไทย					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. ด้านศิลปะไทยไหว้พระ 9 วัด ร่วมเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา					
2. ศึกษาวิถีชีวิตคนจีนย่านเยาวราช วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมย่านธนบุรี วิถีมอญ					
3. ช้อปปีงย่านสุขุมวิท เที่ยวตลาดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ ตลาดปากคลองตลาด					
4. เยี่ยมถนนสายวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ พักและชิมอาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ					
1. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และป้ายบอก ทางที่สะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สัญญาณ wi-fi					

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮสเทล โฮมสเตย์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และห้องสุขา อย่างเพียงพอ					
4. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผนที่ แผนที่ มัคคุเทศก์ หนังสือแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว					
5. มีร้านค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้าให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึง					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด					
2. มีที่ตั้งเหมาะสม เป็นเมืองหลวง มีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศ					
3. มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น มีรถไฟฟ้า BTS/MRT การเดินทางสะดวก ค่าครองชีพถูก โรงแรม ภัตตาคาร และ สุวรรณภูมิ					
4. มีแหล่งช้อปปิ้ง แหล่งอาหาร นวด สถานบันเทิง					
5. เป็นศูนย์กลางของเขตเศรษฐกิจ ของประเทศ					
6. รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนพัฒนาและคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
2. ขาดแผนการตลาดแบบดิจิทัลของการท่องเที่ยว เพื่อ ขยายบนอินเทอร์เน็ต					
3. ขาดแผนการอนุรักษ์คู่มือรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
4. ชุมชนขาดความรู้ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน					
5. การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นทุนจากธรรมชาติและพัฒนาระบบเศรษฐกิจทุนนิยม					

โอกาส	ระดับความเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ วัฒนธรรม มหกรรม การพัฒนาจิตใจ					
2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักของโลก คือ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม					
3. มีระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยง ล้อ ราง เรือ อากาศทั่วโลกในการท่องเที่ยว					
4. มีระบบการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต / เพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์บน อินเทอร์เน็ต					
5. มีความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรค และการ รับมือภัยพิบัติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว					
อุปสรรค					
1. มีการแข่งขันแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น					
2. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ร่วมกับความไม่สงบทางการเมือง เป็น สาเหตุให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทาง					
3. ภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรค COVID19 ภาวะโลกร้อน					
4. โลกมีปัญหการก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และสุขภาพจิต					
5. การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ					
6. การแข่งขันระหว่างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน					

ตอนที่ 4 การประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร ข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่					
1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายรถประจำทาง และบริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
1.2 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
1.3 มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและบริการ					
1.4 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในอนาคต					
2. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่					
2.3 การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
2.4 การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
2.5 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
3. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ศิลปะ และวัฒนธรรม					
3.2 ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้					
3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว					
3.4 มีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ					
3.5 มีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
4. ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึก					
4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก					
4.2 มีวิธีการสื่อความหมาย ที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ และคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4.4 กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

วิสัยทัศน์

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือ ความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจุดยืน 4 ด้านใน 5-10 ปีข้างหน้าในระดับต่อไป

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่นแห่งอนาคต เน้นเยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครที่ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาที่แยกเป็นคูคลอง ร้อยๆสาย โยงใยไปทั่วจึงเป็นที่มาของสมญานามว่า “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสผืนป่าและบึงน้ำใหญ่กลางกรุงสีเขียว (Smart Green City) สูดอากาศบริสุทธิ์ที่ผืนป่าบางกระเจ้าปอดของกรุงเทพ เยี่ยมสวนสาธารณะ ชมสวนผลไม้โบราณกลางกรุง ในเขตจอมทอง ปลูกป่าชายเลน ชิมอาหารทะเลสดๆ ที่บางขุนเทียน สัมผัสธรรมชาติกลางกรุงเทพมหานคร นครที่ทันสมัย นครสีเขียวที่น่าเที่ยว เพื่อร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ช้อปบึ่งในศูนย์ Shopping Corridor ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร ไอคอนสยาม ศูนย์รวมสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ศูนย์รวมสินค้าประณีตศิลป์แห่งเอเชีย กรุงเทพมหานครนครแห่งการส่งเสริมสุขภาพระดับนานาชาติ เพียบพร้อมด้วยศักยภาพไร้ขีดจำกัดหัวใจเมืองหนึ่ง และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีคุณภาพระดับพรีเมียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยล้ำยุค ที่สุดในอาเซียน ท่องเที่ยวกรุงเทพเพื่อเข้าร่วมมหกรรมอาหารสุขภาพดนตรี กีฬา และกิจกรรมบันเทิงทุกรูปแบบเพื่อสร้างคุณค่า และรสชาติที่หลากหลายของประสบการณ์ชีวิต เพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<p>3. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคม “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ” City of Angle เพื่อสัมผัสมหานครที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา และกิจกรรมทุกรูปแบบ ทุกชั่วยาม ร่วมดำเนินวิถีชีวิตของผู้คนพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม พุทธมหายาน สังคมของความหลากหลายศรัทธา ความเชื่อ ศาสนาของเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ที่แตกต่าง หากอยู่ร่วมกันมา นับนานปีตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้ว ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างสงบและสันติ ท่องเที่ยวไปในย่านประวัติศาสตร์ ชุมชนเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย คนอิสลาม คนมอญ ร่วมพูดคุย สังสรรค์ ฝึกปรุงอาหาร ร่วมสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิต ที่ได้สัมผัสด้วยมิตรภาพ และรอยยิ้มจากผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาสังคมบูรณาการอย่างยั่งยืน</p>					
<p>4. กรุงเทพมหานคร จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ “เยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร มหานครที่งดงามด้วยสุนทรีย์ของศิลปะวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ปฏิมากรรม ของศาสนสถานที่น่าสนใจ เยี่ยมเยือนย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ ฟังธนบุรี สัมผัสรากเหง้าของพหุวัฒนธรรมที่ยังคงอนุรักษ์กันไว้อย่างดีงาม เดินเข้าศาสนสถานเพื่อผ่อนคลายวิถีชีวิตที่รวดเร็วร้อนรนให้ผ่อนคลาย เดินช้าลงเพื่อสงบจิตใจชั่วคราวในกรุงเทพมหานคร นครที่ยังมีอาศรม เพื่อพักพิงจิต ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมโลกาภิวัตน์ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน</p>					

ยุทธศาสตร์

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานคร ควรมี **ยุทธศาสตร์** คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการพัฒนาลินค้าทางวัฒนธรรม ลินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน					

กลยุทธ์และโครงการ

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานคร ควรมี**กลยุทธ์** คือ แผนปฏิบัติการและโครงการ เพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ วิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนดในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว: อย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เชื่อมต่อกับบริเวณฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาสร้าง Cruising แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่ และเขตจอมทอง พร้อมบริการสื่อความหมาย					
โครงการที่ 4 โครงการปลูกต้นไม้เพิ่ม ในกทม. ในสวนสาธารณะ บ้าน วัด โรงเรียน 50 เขต เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครสีเขียวที่ร่มรื่น และปลอดภัย					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาถนนสายอาหารย่านเยาวราช ถนนสายวัฒนธรรมในย่านประวัติศาสตร์เกาะรัตนโกสินทร์ ขึ้นสู่ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครช้อปปิ้งแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาย่านชุมชนเก่าแก่ ตลาดบก ตลาดน้ำ ย่านประวัติศาสตร์ 50 เขตเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของ กทม. แทนการเผาและฝังกลบ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขต ในกทม.					
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์บาท ในบ้าน วัด โรงเรียน ในกทม.					
โครงการที่ 4 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนอาคารตึกสูงทั้งหมด และบนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนสถานที่ราชการ ในกทม.					
โครงการที่ 5 โครงการลดปริมาณฝุ่น PM 2.5 ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 6 โครงการสนับสนุนการใช้รถยนต์ รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ในกทม.					
โครงการที่ 7 โครงการจัดการขยะของ กทม.ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management)					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนการตลาดของกองท่องเที่ยว กทม.					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เว็บไซต์ท่องเที่ยว 3 ภาษา พร้อมระบบการจองที่พักและบริการเชื่อมโยงกับเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล					
โครงการที่ 3 โครงการวิจัยศักยภาพของกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย มุสลิม					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพฯ มหานครสีเขียว พลอดมลพิษ สะดวกสบาย สำหรับทุกวัยในโลก					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเกษตร อุตสาหกรรมอินทรีย์ เมืองนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพโลก”					
โครงการที่ 6 โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน”					
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก เพื่อสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต ริมแม่น้ำ ลำคลอง ที่ร่มเย็น”					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food”					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานคร แต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากองท่องเที่ยวใน 50 เขตของ กทม. แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมการพัฒนากองเที่ยวชุมชนใน กทม. ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง และประชาธิปไตยรูปแบบการปกครองตนเอง					
โครงการที่ 3 โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมใน แก่ชุมชน 50 เขต					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐาน ภาษาจีน อังกฤษ ไทย 50 เขต					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาธุรกิจ SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Startups) ด้านที่พัก อาหาร บริการท่องเที่ยวใน 50 เขต					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม.					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในกทม.					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวไร้พรมแดน ในอาเซียนเพื่อประสานงานการให้บริการระหว่างประเทศ					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมอาหาร สุขภาพแพทย์ทางเลือก สมุนไพรตามวิถีแห่งเอเชีย					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการตั้งศูนย์อนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ย่านเก่าแก่ 50 เขต ในกทม. เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน					
โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมรดก กรุงเทพมหานครตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บ้านเทิง ประเพณีสิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกทม.					
โครงการที่ 3 โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ					
โครงการที่ 4 โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยด้านช่างสิบหมู่ ของศิลปะไทย และอนุรักษ์หมู่บ้านช่างเก่าแก่ เช่น บ้านมาตราบ บ้านมุกข์ชั้นลงหิน บ้านช่างหล่อ ใน 50 เขต ในกทม.					
กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกทม.					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมแก่นแท้พุทธศาสนาของชุมชน บ้าน วัด โรงเรียน ใน 50 เขต กทม.					
โครงการที่ 4 โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่ นักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 5 โครงการบ้าน วัด โรงเรียน ถือนศีล 5 ทวัหฺล้าใน กทม.					
โครงการที่ 6 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกทม.					
โครงการที่ 7 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาจิต เพื่อปัญญา ในวัด กทม.					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

โครงการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการด้านเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการด้านพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ผู้วิจัย



ภาคผนวก ฉ รายนามผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

1. นายโชติ ตราชู อดีตปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. นายโสระยา น้อมเคียร ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ดร.อุดมศักดิ์ ศักดิ์มั่งวงศ์ ประธานสภาวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
4. นายสุชีพ อารีประชาภิรมย์ อดีต ผอ.สำนักงานเขตห้วยขวาง
5. นางสาวชุนห์พิมาน เกิดนาค ผู้แทนสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร
6. นางสาวอุไรศรี สุขลาภ อาจารย์ประจำสาขาการตลาด วิทยาลัยเทคนิค นิคมอุตสาหกรรมระยอง
7. ดร.จิตติณชูลี บุญช่วย อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
8. ดร.ณภัทร นาคสวัสดิ์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ เอกการโรงแรมวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาว เทพิน ไคว้ววานิช
วัน เดือน ปี เกิด	19 มกราคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2542 ศศ.บ. (การท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี พ.ศ. 2559 ศศ.ม. (ผู้นำด้านการเมือง ธุรกิจ และสังคม) มหาวิทยาลัย รังสิต, ปทุมธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	59 ม.7 ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ผลงานตีพิมพ์	เทพิน ไคว้ววานิช. (2566). ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร. วารสารเซนตัจจอห์น มหาวิทยาลัยเซนตัจจอห์น. 26(38). อยู่ระหว่างการตีพิมพ์ เทพิน ไคว้ววานิช. (2566). แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. วารสารเซนตัจจอห์น มหาวิทยาลัยเซนตัจจอห์น. 26(39). อยู่ ระหว่างการตีพิมพ์

