การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

Development of lower central provinces 2 as Smart City Tourism Under The Concept of BCG Economy

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์

งานวิจัยนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนคร

เรื่อง: การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

ผู้วิจัย: ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปีงบประมาณ 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy มีวัตถุประสงค์สูงสุด คือ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy การวิจัยนี้เป็นแบบผสม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 400 คน ใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน ใช้เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้อยู่ในระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีประสบการณ์การการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 ครั้งขึ้นไป มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 3,001 บาท – 4,000 บาท ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน เดินทางด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – เดือนธันวาคม

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy 1. ควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมมาใช้ในการท่องเที่ยว2. เลือกใช้เทคโนโลยีที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้งานได้ง่าย 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน 4. สร้างความรับรู้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความหวงแหนในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 5.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการทำงานร่วมกัน 6. ควรมีการศึกษาวิจัย นำผลการวิจัยมาใช้อย่างถูกต้อง

คำสำคัญ: การพัฒนา, กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2, เมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ, BCG Economy

Title: Development of lower central provinces 2 as Smart City Tourism Under The Concept of BCG Economy

Author: Chaiwut Chairerk

Faculty of Liberial Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Fiscal Year 2022

ABSTRACT

This study, Development of lower central provinces 2 as smart city tourism under the concept of BCG Economy, aims to study guidelines for the development of lower central provinces 2 to be smart tourism cities under the concept of BCG Economy. The research employed a Mixed Methods Research.The quantitative research sample was 400 tourists who travel in lower central provinces 2, the research tools was a questionnaire with open-ended questions. the data is described by frequency, percentage and standard deviation and qualitative research is 20 key informant, the research tool was an open-ended questionnaire for in-depth interviews.

Most participants were female, 20-29 years old, had obtained a bachelor degree, employment, monthly income in the range of 20,001-30,000 baht, experience travel trip in lower central provinces 2 6 time or more, spend 3,001-4,000 baht per trip, 2 days per trip, tourists travel for a vacation, during the months of November to December.

Suggestions for the development of lower central provinces 2 to be smart tourism cities under the concept of BCG Economy. 1. use appropriate technology for tourism 2.use technology that tourists can easily use 3.promote community tourism 4. create awareness among tourists to cherish tourism resources. 5. relevant agencies should work together. 6. there should be research studies and apply the research results correctly.

Keywords: Development, central provinces 2, Smart City Tourism, BCG Economy

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy ได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนคร ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากหลาย ๆ ท่านในด้านคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และข้อมูลที่สำคัญในการวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่า ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จนกระทั่งได้เครื่องมือที่มีคุณภาพในการวิจัยในครั้งนี้

คุณค่า และประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบอุทิศแก่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์
ผู้วิจัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก
Abstract ..... ข
กิตติกรรมประกาศ ..... ค
สารบัญ ..... ง
สารบัญตาราง ..... ฉ
สารบัญภาพประกอบ ..... ช
1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3
ขอบเขตของการวิจัย 3
กรอบแนวความคิดในการวิจัย 4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5
นิยามศัพท์เฉพาะ 5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน 6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 10
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม และแรงจูงใจนักท่องเที่ยว 20
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองอัจฉริยะและเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ 28
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ BCG Economy 32
ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 37
3 วิธีดำเนินการวิจัย 41

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4 ผลการวิจัย 47

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 48

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะ และการท่องเที่ยวแบบ BCG ของกลุ่มตัวอย่าง 50

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาบทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 53

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 58

สรุปบทนำ 58

สรุปข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 59

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะและการท่องเที่ยวแบบ BCG 59

อภิปรายผลการวิจัย 60

ข้อเสนอแนะ 63

บรรณานุกรม 64

ภาคผนวก 68

ประวัติผู้วิจัย 69

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 48
2 ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 48
3 ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 49
4 ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 49
5 ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 50
6 ตารางแสดงจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง 50
7 ตารางแสดงงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว 51
8 ตารางแสดงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 51
9 ตารางแสดงลักษณะรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว 52
10 ตารางแสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว 52
11 ตารางแสดงช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 53

สารบัญภาพ

ภาพ **หน้า**

1 แสดงกรอบแนวความคิดวิจัย..... 4
2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว. 34
3 แสดงพื้นที่อาณาเขตติดต่อของ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 36

บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในระดับสูงเสมอมา ถึงแม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 มาตั้งแต่ในช่วงปีพุทธศักราช 2562 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบันในปีพุทธศักราช 2564 นั้น จากรายงานของกองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ได้รายงานว่า ในปีพุทธศักราช 2563 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากถึง 0.81 ล้านล้านบาท แต่รายได้ดังกล่าว ลดลงจากรายได้ในปีพุทธศักราช 2562 ที่ 2.18 ล้านล้านบาท โดยเฉพาะรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันเนื่องมาจากการเดินทางระหว่างประเทศที่ชะงักลงด้วยผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด 19 เช่นกัน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนับเป็นโจทย์ปัญหาสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่จำเป็นต้องแสวงหาวิธีดำเนินการแก้ไขโดยเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เคยมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูง

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวหลักอีกกลุ่มของประเทศไทย โดยประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยในปีพุทธศักราช 2563 ที่ผ่านมานั้นกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ทั้ง 4 จังหวัด มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 34,862 ล้านบาท ลดลงจากปีพุทธศักราช 2563 ที่มีรายได้มากถึง 78,997 ล้านบาท กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ซึ่งเป็นจำนวนเกือบครึ่งนึง ของรายได้เดิมในปีก่อนหน้า ดังนั้นจึงนับได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องแสวงหาแนวทางหรือกลวิธีในการแก้ไขปัญหาหรือเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงพื้นฐานและทรัพยากรเดิมที่พื้นที่มีอยู่มาสร้างรายได้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และจากทรัพยากรเดิมที่มีอยู่แล้ว นั้นจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีที่มีเหมาะสมมาประยุกต์ใช้โดยเป้าประสงค์หวังผลการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้มากที่สุดอีกด้วย

แนวทางการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่มีการนำมาปรับใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างได้ผลมาแล้ว เช่น ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งจังหวัดภูเก็ตถือเป็น เมืองอัจฉริยะ (Smart City) เมืองต้นแบบของประเทศไทย โดยมีการวางแผนปรับเปลี่ยนจากเดิม เป็นเมืองท่องเที่ยว สู่เมืองอัจฉริยะ (Smart City) ได้อย่างมีสัมฤทธิ์ผล และในแนวทางการพัฒนานั้น ก็ได้มีการดำเนินการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) รวมอยู่ด้วย ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม และยังคงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ดังนั้นหากจะนำแนวทางดังกล่าวมาพัฒนาใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ที่กำลังประสบปัญหาทางการท่องเที่ยว ก็น่าจะเป็นแนวทางที่ดี มีความเป็นไปได้ในด้านความสำเร็จจากการเพิ่มขึ้นจากรายได้จากการท่องเที่ยว

เช่นเดียวกัน เพียงแต่ในการวางแผนดำเนินการนั้น ต้องกำหนดให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับคุณสมบัติและทรัพยากรเดิมของพื้นที่ที่มีอยู่

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลาง เป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นทางการท่องเที่ยวอย่างครบครันในทุกมิติ ทั้งด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด วัง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ รวมไปถึงจุดท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามมากมาย แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น คาเมล รีพับบลิค, ซานโตรินี พาร์ค ชะอำ และ สถานที่ท่องเที่ยวทางประเพณี วัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ, street arts, งานประเพณีไทยทรงดำ, แหล่งเรียนรู้การทำขนมไทยโบราณ, แหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 นั้นยังมีสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่อย่างมากมาย เช่น ข้าวแช่ ขนมหม้อแกง ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด ผลิตภัณฑ์จากทะเล และสินค้า Otop อย่างมากมายเป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยวอย่างครบครัน ขาดเพียงแต่นำกระบวนการ การเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเข้าไปใช้ หรือการนำเทคโนโลยีเข้าไปประยุกต์ใช้ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและให้มีการตอบโจทย์ทางการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) เป็นแนวทางที่จะสามารถแก้ปัญหาและสร้างการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้ดียิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ถึงแม้ว่าการพัฒนาเมืองก้าวไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) จะเป็นแนวทางที่ดีและเห็นผลจากแนวทางต้นแบบในจังหวัดภูเก็ตที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รายมีรายได้จากการท่องเที่ยวก็เพิ่มมากขึ้นนับตั้งแต่นำแนวทางนี้มาใช้ หากแต่ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นจะดียิ่งขึ้น และมีความยั่งยืนมากขึ้น หากสามารถสร้างรายได้อย่างสูงสุดไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาแบบองค์รวมทั้งระบบเศรษฐกิจไปด้วยอย่างพร้อมเพรียงกัน

BCG Model เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่มุ่งเน้นพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน คือ

1. เศรษฐกิจชีวภาพ(Bio economy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

2. เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่มีการวางแผนการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และคุ้มค่าที่สุด

3. เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นการพัฒนาสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน

โดย BCG Model จะช่วยเสริมข้อได้เปรียบที่ไทยมีจากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้

เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรมใหม่ ที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่

ดังนั้น หากสามารถนำแนวทางในการพัฒนาเป็น Smart Tourism มาผนวกกับแนวทาง BCG Model และสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีทั้งการนำนวัตกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว และตอบโจทย์การสร้างระบบเศรษฐกิจมูลค่าสูง ก็จะเป็นแนวทางที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการนำแนวทางดังกล่าว มาพัฒนาจังหวัดท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ดี คือ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 โดยทำการศึกษาในเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในการเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ตามกรอบแนวคิด BCG Economy
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ตามกรอบแนวคิด BCG Economy
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัฉจริยะ และอยู่ภายในแนวคิด BCG Economy เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร

เนื่องจากผู้วิจัย กำหนดรูปแบบเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ดังนั้นในการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy มุ่งศึกษากลุ่มประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 400 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ภาครัฐ ภาคเอกชนในพื้นที่ รวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในระดับนโยบาย

3. ขอบเขตด้านเวลา

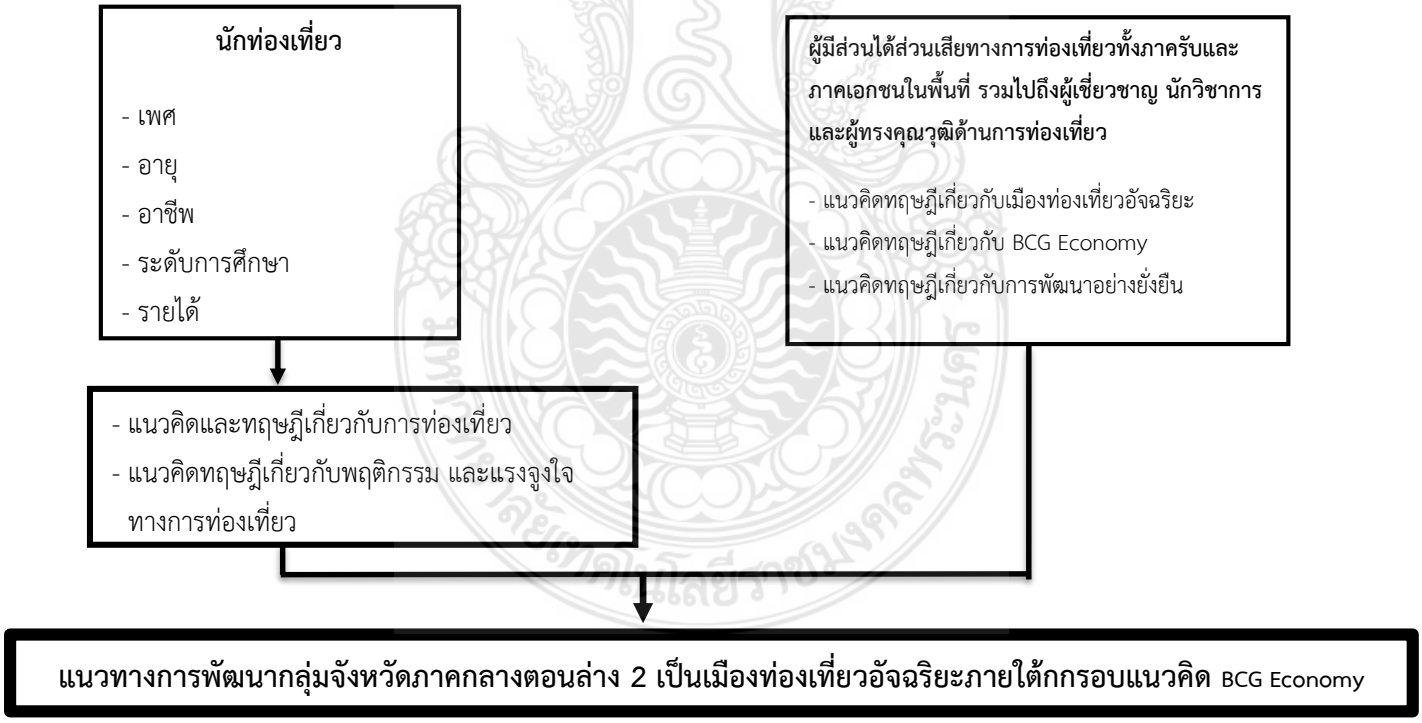
การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy จะดำเนินการศึกษา ระหว่าง วันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2565 เท่านั้น

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในเขตกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 โดยประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม เท่านั้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาค้นคว้า เก็บข้อมูลภาคสนาม และการสำรวจภาคสนาม ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยของเรื่องนี้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 หมายถึง กลุ่มจังหวัดประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสาคร

การท่องเที่ยวอัจฉริยะ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในการท่องเที่ยว ในทุกกระบวนการของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยยึดหลัก BCG หมายถึง การนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจ เน้นความร่วมมือจากผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แบ่งปันประโยชน์เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy ได้ทำการศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม และแรงจูงใจนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองอัจฉริยะและเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ BCG Economy
6. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (World Commission on Environment and Development, 2550) ได้ให้คำนิยามของคำว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ใน Brundtland Report ไว้ว่า การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ผู้คนในอนาคตเกิดปญหาในการตอบสนองความต้องการของตนเอง

การพัฒนาที่ยั่งยืน รวมความถึงการพัฒนาทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดลอม ซึ่งเชื่อมโยง และสัมพันธ์กัน โครงการพัฒนาใด ๆ ต้องคำนึงถึงองคประกอบทั้งสามด้านอย่างเป็นองค์รวม

การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเรื่องที่ไกลกว่าเพียงแค่การอนุรักษณ์สิ่งแวดล้อม เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ และสังคมเพื่อลดการบริโภคทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมลงไปในระดับที่ยังรักษาความสมดุลที่ดี ทำให้คนอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้ โดยไม่ทำลายล้างอย่างที่ผ่านมา และยังทำกันอยู่หลายแห่ง สิ่งที่ถูกต้องนั้นต้องให้คนกับธรรมชาติอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน อยู่ดีกินดี และอยู่เย็นเป็นสุข

ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความยั่งยืนในความหมายของ Oxford English Dictionary คือ สามารถที่จะดำรงอยู่ได้ คือ การรักษาบุคคล ชุมชน ฯลฯ ไม่ให้ล่มสลายหรือรักษาให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ รากทางภาษาของคำนี้มีความหมายว่า พิทักษ์

World Bank (1987) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ แนวคิดที่รวบรวมความพึงพอใจของทุกระดับด้านการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง การบรรเทาความยากจน และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์ (2544) กล่าวว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนในทางเศรษศาสตร์ หมายถึง การพัฒนาที่ก่อให้เกิดทรัพย์สินทุนที่สำคัญ 4 ประการ คือ ทุนธรรมชาติ ทุนฝีมือมนุษย์ ทุนสังคม และทุนมนุษย์ ในการพัฒนานั้นทรัพย์ทรัพสินย์ทุนทั้ง 4 ประการต้องอยู่คงที่ หรือเพิ่มขึ้นจนนำไปสู่ความยั่งยืน

อนุช อาภาภิรม (2545) ได้นิยามให้ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในแง่มุมทางเศรษฐกิจว่า เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของประชากร และการค้า โดยไม่ลดทอนความสามารถในการรองรับชีวิตของสิ่งแวดล้อมสำหรับคนรุ่นอนาคตหรือการพัฒนาที่ตอบสนองคุณภาพชีวิตของมนุษย์สูงสุดในคนรุ่นปัจจุบันที่ไม่เสื่อมถอยลงในคนรุ่นต่อไป กล่าวซ้ำความกัน การพัฒนาอย่างยั่งยืนก็ คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนาอย่างยั่งยืนอาจจะต้องการทฤษฎี และแบบจำลองจำนวนมากไม่ใช่อาศัยเพียงทฤษฎีหนึ่ง คำตอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืนอาจอยู่ที่ความหลากหลายหรือพหุลักษณ์ (Pluralism) ซึ่งต้องการวิธีการศึกษา และการเข้าใจปัญหาอย่างหลากหลาย การยอมรับความจริงว่า โลกมีความหลากหลาย และมีความแตกต่าง การยอมรับ

ความสัมพันธ์ทางสังคมหลายรูปแบบ การมีวัฒนธรรมย่อยจำนวนมาก มีอัตลักษณ์ และตัวตนหลากหลาย การยอมรับความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม และการตัดสินใจทางการเมือง เป็นต้น ในแต่ละประเทศที่ต่างกันไปทำนองเดียวกับระบบนิเวศที่ยิ่งอุดมสมบูรณ์ก็ยิ่งมีความหลากหลาย

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ไว้หลายประการ

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2543) ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้สั้น ๆ คือ การพัฒนาที่อยู่ภายใต้ขีดจำกัดทางนิเวศ

พระธรรมปิฎก (2539) ได้อธิบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ (Balance) หรือพูดเป็นอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้เกิดกิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ

ดังนั้น จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อมระบบนิเวศไปด้วยกัน โดยไม่ทำลายหรือเสื่อมสลายลงหรือกระทบกับการใช้ประโยชน์ของประชากรในรุ่นต่อ ๆ ไป

นอกจากนี้แนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายในรายงานปี พ.ศ. 2523 (ค.ศ.1980) ซึ่งร่วมกันจัดทำโดย สหภาพนานาชาติเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ และทรัพยากรธรรมชาติ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources) โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Program) และกองทุนโลกเพื่อธรรมชาติ (World Wide Fund for Nature) ในชื่อเรื่องยุทธศาสตร์การอนุรักษ์โลก (Strategy for World Conservation) ในปี พ.ศ. 2526 สหประชาชาติได้จัดตั้งคณะกรรมาธิการโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) เพื่อทำการศึกษาในเรื่องการสร้างความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนา อีก

สี่ปีต่อมา คือ ในปี พ.ศ. 2530 คณะกรรมาธิการดังกล่าวได้เผยแพร่เอกสารจากการศึกษาที่มีความสำคัญมากฉบับหนึ่ง ชื่อว่า “อนาคตของเราร่วมกัน (Our Common Future)” หรือที่เรียกว่า รายงานบรันด์แลนด์ (Brundtland Report) ตามชื่อของประธานคณะกรรมาธิการ คือ นางโกรฮาร์เล็ม บรันด์แลนด์ (Gro Harlem Brundtland) นายกรัฐมนตรีประเทศนอรเวย์ขณะนั้น และสาระสำคัญของรายงานดังกล่าว คือ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” โดยรายงานฉบับนี้ได้เรียกร้องให้ชาวโลกเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตที่ฟุ่มเฟือย เปลี่ยนแปลงวิธีการพัฒนาที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากรทางธรรมชาติ และเห็นว่า มนุษยชาติสามารถทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้นมาได้ ต่อมาในการประชุมสุดยอดระดับโลกในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2535 (ค.ศ.1992) ที่มีชื่อทางการว่าการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development: UNCED) ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล การพัฒนาอย่างยั่งยืนยังคงเป็นสาระสำคัญหลักของการประชุมนี้ รวมทั้งมีประเด็นปัญหาอื่นที่ได้นำเสนอเข้ามา ผลจากการประชุม ได้มีการลงนามรับรองเอกสารสำคัญ 5 ฉบับ คือ

1. ปฏิญญาริโอ ว่าด้วย สิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (The Rio Declaration on Environment and Development) ประกอบด้วย หลักการ 27 ประการ เกี่ยวกับสิทธิ และความรับผิดชอบของประชาชาติในการดำเนินงานพัฒนาเพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

2. แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เป็นแผนปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงศตวรรษที่ 21 ซึ่งได้บูรณาการเป้าหมายของการป้องกันสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมีพื้นฐานอยู่บนหลักการของชุมชนท้องถิ่น และตลาดเสรี แผนปฏิบัติการ 21 ทำให้แน่ใจว่าแนวความคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะกลายเป็นหลักการถาวรของสหประชาชาติเป็นแผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

3. คำแถลงเกี่ยวกับหลักการเรื่องป่าไม้ (Statement of Principles on Forests) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการ การอนุรักษ์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับป่าไม้ทุกประเภท หลักการนี้ได้เน้นถึงสิทธิในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าไม้ของแต่ละประเทศ ภายใต้หลักการทั่วไปของการป้องกันและการจัดการป่าไม้

4. กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติ ว่าด้วย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UN Framework Convention on Climate Change) มีวัตถุประสงค์ที่จะรักษาระดับก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) ในบรรยากาศที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสภาวะอากาศทั่วโลก โดยลดปริมาณ

การปล่อยก๊าซบางชนิดขึ้นสู่อากาศ เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงเพื่อใช้เป็นพลังงาน

5. อนุสัญญา ว่าด้วย ความหลากหลายทางชีวภาพ (Convention on Biological Diversity) อนุสัญญานี้มุ่งที่จะให้มีการสงวนรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของโลกไว้ โดยให้ประเทศต่าง ๆ ยอมรับเอาวิธีการที่จะป้องกัน และอนุรักษ์ความหลากหลายของชนิดพันธุ์และระบบนิเวศ และเพื่อให้เกิดการแบ่งปันผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน จากการใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพ

จากการประชุมในครั้งนั้นถือได้ว่า ทำให้ทั่วโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้ทำให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างมีแบบแผนและมีทิศทางชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ปัจจุบันนี้เรียกว่าองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO, 1963) ให้ความหมายว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทาง ตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่เป็นการไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบานบันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

Mill (1990) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง และได้อธิบายเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง ดังต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและการบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวไว้ว่า ตามคำนิยามของสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism: IASET) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยว ต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังที่สถานที่ต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน

3. การเดินทาง และการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น

4. การเดินทางไปจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้นโดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน

5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้นไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

นิศา ชัชกุล (2550) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทาง จะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักแรม และการรับประทานอาหาร

วรรณา วงษ์วานิช (2546) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเราเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลก ๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น การท่องเที่ยวมีอยู่หลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่าย เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลเดินทางไปจากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังสถานที่อื่น ๆ และไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของบุคคลจะต่างกันไป

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงแนวคิดของดักลาส ฟอสเตอร์ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจะต่างกันไป 9 อย่าง คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual)

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม และศาสนา (Cultural Religion)

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational)

4. การท่องเที่ยวเพื่อกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)

7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation)

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

เดวิดสัน (Davidson, 1995) ก็ได้อธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวในเวลาว่างซึ่งมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.1 เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

1.2 เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา และกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การล่องเรือ ล่องแพ ขี่ม้า

1.3 เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติสนิทมิตรสหาย

2. การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อทางด้านพาณิชย์

2.1 เป็นการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อทางด้านธุรกิจการค้า เช่น การเยี่ยมชมสินค้าต่อรองและซื้อสินค้าต่าง ๆ

2.2 เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนาหรือ จัดแสดงนิทรรศการ

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การบำบัดรักษาโรค เกี่ยวกับสุขภาพ และศาสนกิจ ฯลฯ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติว่า เป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Nature Attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (Solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (Destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจ เหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้น สภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

กับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (Historical, Archaeological and Regions Destination) และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และประเพณี (Art, Culture and Traditional Destinations) เข้าไว้ด้วยกัน

พยอม ธรรมบุตร (2546) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับสนามบิน ตัวเมือง สถานี ขนส่ง สถานี รถไฟ รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนน ทางหลวง เครือข่ายคมนาคม

2. ที่พักแรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งต้องค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บริการอาหาร และเครื่องดื่ม Home Stay ฯลฯ

3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นหัวใจขององค์ประกอบการท่องเที่ยว เพราะเป็นสถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอาจเป็นแหลงทองเที่ยวตามธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม หรืองานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าของบ้าน

4. กิจกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแสวงหาประสบการณ์จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักทองเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่นการดำนา การเกี่ยวข้าว การจับปลา การกรีดยาง การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผล ซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

นอกจากนี้หากจะพิจารณาถึงความหมายขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวในด้านธุรกิจ จะพบว่า ประกอบด้วยธุรกิจมากมาย โดยสามารถแยกได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง คือ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจภัตตาคาร และธุรกิจนำเที่ยว

2. ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ช่วยเหลือให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ได้รับความรู้ และความพึงพอใจสูงสุด ธุรกิจเหล่านี้จะช่วยให้การท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลายขึ้น ได้แก่ ธุรกิจบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ

3. ธุรกิจการค้า และบริการอื่น ๆ เช่น สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจพยาบาล ธุรกิจกลุ่มนี้มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วไป รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย ทำให้การบริการของนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวนอกจากนี้ทรัพยากรท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยสรุปได้ ดังนี้

1. เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ทรัพยากรทาการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

2. เป็นที่มาของรายได้ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใด ๆ คนในพื้นที่นั้น ๆ ก็จะมีอาชีพ และมีรายได้จากการจัดการธุรกิจ และบริการให้กับนักท่องเที่ยว ภาครัฐเองก็สามารถเก็บภาษีอากรจากการค้า และภาษีเงินได้ และท้ายที่สุดเงินจำนวนนี้ก็จะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศต่อไป

3. ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิต และทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทรัพยากรท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนผ่อนหลายจากภาวะจำเจ ความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้ประกอบกิจกรรมนันทนาการได้ ส่งผลต่อสุขภาพจิต สุขภาพกาย

4. สร้างความภาคภูมิใจให้กับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักย่อมจะนำมาซึ่งความภูมิใจของตนในพื้นที่ เช่น ประเทศไทยได้รับคำชมอย่างสม่ำเสมอในเรื่องเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม นำความภาคภูมิใจมาสู่คนไทย

5. สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาบรรพชน ทรัพยากรท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาของบรรพชน เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม รวมไปถึงสถาปัตยกรรมที่ประณีตงดงามของไทย

6. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ และพัฒนา ทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ มักจะได้รับการอนุรักษ์ ทำนุบำรุงให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และมีระบบการจัดการนำไปใช้อย่างระมัดระวัง และคงคุณค่าให้อยู่สืบไป

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลัก ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่มจะเดินทางเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทที่ตนเองชื่นชอบ เราอาจแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวออกได้ 7 ประเภท คือ

1. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งที่ตั้งตามจุดสนใจ สามารถจำแนกได้ 2 ประเภทย่อย คือ

1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่เป็นจุด ๆ อาจใกล้หรือไกลกันก็ได้ แต่มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่จุดหนึ่ง จากจุดศูนย์กลางนักท่องเที่ยวอาจเดินทางไปยังจุดนั้น ๆ ได้

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่กระจาย เป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายไปในที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่กระจายไปตามเมืองต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่บริเวณชายทะเล เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะการเกิด แบ่งได้ 2 ประเภทย่อย คือ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มีภูมิอากาศเหมาะสม เช่น ทะเล หุบเขา ริมแม่น้ำ สัตว์ป่า เกาะแก่ง น้ำตก บ่อน้ำร้อน อุทยาน เป็นต้น

2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยการกระทำของมนุษย์ ได้แก่ สถานที่ และสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม เป็นต้น

3. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะกิจกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องกระทำกิจกรรมเมื่ออยู่ ณ ที่นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทย่อย คือ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นต้น

3.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศาสนา ได้แก่ สถานที่ที่มีปูชนียสถานสำคัญทางศาสนาซึ่งมีผู้ไปประกอบพิธีทางศาสนาหรือแสวงหาความสงบทางใจ

3.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และสุขภาพ ได้แก่ สถานบำบัดรักษา และพักฟื้นสุขภาพให้แข็งแรง

3.4 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และการผจญภัย ได้แก่ การเดินป่า การล่องแพ การขี่ช้าง การดำน้ำ การปีนเขา เป็นต้น

3.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ได้แก่ ศูนย์กีฬา สนามกีฬาหรือสถานที่ที่มีการแข่งขันกีฬานัดสำคัญ ๆ หรือมีการแข่งขันกีฬาระดับโลก เป็นต้น

4. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะความเป็นเจ้าของ อาจแบ่งได้ 2 ประเภทย่อย คือ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ ได้แก่ วัดวาอาราม อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้น

4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่เอกชนเป็นเจ้าของ ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์การค้า รีสอร์ท เป็นต้น

5. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะของนักท่องเที่ยว อาจแบ่งได้ 3 ประเภทย่อย คือ

5.1 แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดเดินทางไปเยี่ยมชม

5.2 แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นเดินทางไปเยี่ยมชม

5.3 แหล่งท่องเที่ยวนานาประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นเดินทางไปเยี่ยมชม

6. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะของการพัฒนา อาจแบ่งได้ 3 ประเภทย่อย คือ

6.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีสภาพดั้งเดิมปราศจากการดัดแปลง เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่สันโดษ ซึ่งอยู่ไกลชุมชน คุณค่าอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์เป็นธรรมชาติ ทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติ และได้รับความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ

6.2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงปรุงแต่ง แต่ยังรักษาสภาพตามธรรมชาติไว้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กึ่งสันโดษ ซึ่งมีการปรุงแต่งเพื่อความสะดวกในการเข้าถึง และเพิ่มความสามารถในการรองรับ คุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้สัมผัสกับธรรมชาติในระดับภายนอก และได้รับความสะดวกในการเยี่ยมชม

6.3 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีต่อการดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติมเป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่ธรรมชาติที่มีการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีการจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ คุณค่าต่อผู้มาเยือนอยู่ที่การได้พักผ่อนในสภาพธรรมชาติ แต่ได้รับความสะดวกสบายอย่างครบถ้วน

7. การแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

7.1 แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิประเทศ แหล่งท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า และแหล่งท่องเที่ยวประเภทสัตว์ทะเล

7.2 แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในสมัยปัจจุบัน ประกอบด้วย โบราณสถาน และโบราณวัตถุ

7.3 แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา โดยจัดแบ่งเป็น ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเภทประเพณี และประเภทกิจกรรม

กล่าวโดยสรุปแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ดีควรมีสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งโดยหลักแล้วจะต้องมีครบ 4 ด้าน คือ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่งเกิดขึ้นได้จากสถานที่ และเหตุการณ์ ซึ่งอาจจะเกิดได้ทั้งจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น โดยสามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงยังสถานที่ดังกล่าวแล้ว เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะว่านักท่องเที่ยวยามเดินทางห่างไกลจากบ้าน ต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิตต้องการที่พัก อาหาร การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสท์เฮ้าส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยวก็ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรจะมีไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว

3. ที่พักแรม (Accommodation) ที่พักเป็นสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พัก ซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยวที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท (Resort) เกสท์เฮ้าส์ (Guest House) หรือที่พักลักษณะอื่น ๆ

4. การเข้าถึง (Accessibility) การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศเพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็ว สะดวกสบาย และ

ปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้โดยการคมนาคมขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะทางบก ทางเรือ หรือทางอากาศ ความหลากหลายของการเดินทางเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้อีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ คือ การต้อนรับ (Hospitality) ซึ่งการต้อนรับนักท่องเที่ยวของประชาชนแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกันออกไป การต้อนรับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ทั้งนี้เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมความประทับใจที่เขาได้รับเกิดจากการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานหรือบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นพื้นที่ใดเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม และแรงจูงใจนักท่องเที่ยว

ความหมาย และองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพหนึ่ง รวมไปถึงความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองพฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกหนีความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อาจแบ่งสิ่งจูงใจออกได้เป็น 4 ประการ คือ

3.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ

3.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ ฯลฯ

3.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่นเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

3.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้น และสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวใน

เรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั้งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่า เป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลประสบการณ์ท่องเที่ยว อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

8.1 มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

8.2 ไม่มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

9. ทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่า นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็มีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจจะทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าบุคคลอื่นไม่ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งหมด 7 องค์ประกอบ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง ทุกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง ๆ

5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้เลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการจึงกลับมาแปลความหมาย และไตร่ตรองเพื่อเลือกวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกล้มความต้องการ

ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และภาวะแวดล้อมทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคม แต่พบว่า ความความต้องการของนักท่องเที่ยวที่พบเสมอมี 3 ด้าน คือ

1. นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพถูกแต่มีบริการได้มาตรฐาน

2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านความสะดวก เริ่มจากสนามบินควรมีความสะดวกในพิธีการเข้า-ออกประเทศ การผ่อนปรนเรื่องระบบภาษี และการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านความปลอดภัย จะต้องมีการป้องกัน และรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

และจากการวิเคราะห์ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวที่เคยชอบท่องเที่ยวตามลำพัง หรือเฉพาะในกลุ่มครอบครัวจะเปลี่ยนไปชอบการเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มอื่นแทน

2. นักท่องเที่ยวที่เคยชอบใช้บริการมัคคุเทศก์จะเปลี่ยนไปชอบใช้หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยวแทน

3. นักท่องเที่ยวที่เคยได้รับการจูงใจในการท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของญาติมิตรจะเปลี่ยนไปเป็นได้รับการจูงใจจากการอ่านบทความที่เล่าถึงการท่องเที่ยวหรือภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแทน

4. นักท่องเที่ยวที่เคยเน้นการกินอยู่ที่หรูหราเป็นจุดสำคัญในการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนไปเป็นการกินอยู่อย่างธรรมดา แต่เน้นการหาความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินให้ได้มากที่สุดแทน

แรงจูงใจหรือปัจจัยจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การจูงใจภายใน เป็นสภาวะที่บุคคลต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวหรือต้องการจะเรียนรู้หรือต้องการที่จะแสวงหาบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก

2. การจูงใจภายนอก เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า อันเกิดจากภายนอกมาทำให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งแรงจูงใจจากภายนอกมี 3 ประเภท คือ

2.1 แรงจูงใจทางสรีรวิทยา เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย และให้บุคคลมีชีวิตอยู่ได้ ซึ่งเป็นความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

2.2 แรงจูงใจทางจิตวิทยา เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยกว่าแรงจูงใจทางสรีรวิทยา เพราะเป็นแรงจูงใจที่มีความจำเป็นการดำรงชีวิตน้อยกว่าแต่จะมีผลช่วยทางจิตใจ ทำให้มนุษย์มีสุขภาพจิตดีขึ้น ประกอบด้วยประเภท คือ

2.2.1 ความอยากรู้อยากเห็น และการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม นับเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งที่สามารถพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อการมีชีวิตรอดและเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

2.2.2 ต้องการความรัก และความเอาใจใส่จากผู้อื่นเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อยู่กันเป็นกลุ่ม โดยใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ซึ่งการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขนั้นจะต้องประกอบไปด้วยความรัก ความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน และความเอื้ออาทรต่อกัน

3. แรงจูงใจทางสังคมหรือแรงจูงใจจากการเรียนรู้ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทางสังคมในอดีตของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ

3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motives) เป็นแรงจูงใจของบุคคลที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

3.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliate Motives) เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ตลอดจนต้องการความรักจากผู้อื่น เป็นต้น

3.3 แรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self-Esteem) เป็นแรงจูงใจที่บุคคลปรารถนาเป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการที่จะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป ซึ่งจะนำมาสู่ความรู้สึกนับถือตนเอง

นักวิชาการท่องเที่ยวหลายท่านพยายามสรุป ประเภทของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

Swarbrooke and Horner (2016) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่ามี 5 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจด้านส่วนตัว ได้แก่ เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หาเพื่อนใหม่ เป็นต้น

2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ความต้องการความตื่นเต้น ท้าทาย สนุกสนาน รำลึกความหลัง เป็นต้น

3. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การหาประสบการณ์จากวัฒนธรรมใหม่ การรับรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ เป็นต้น

4. แรงจูงใจด้านพัฒนาตนเอง ได้แก่ การหาความรู้การเพิ่มความสามารถ เป็นต้น

5. แรงจูงใจด้านสถานภาพ ได้แก่ ความเด่น ความนำสมัย เป็นต้น

Beach และ Ragheb (1983) ได้แบ่งแรงจูงใจในการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยว ออกเป็น 4 ประเภท โดยอิงหลักความต้องการของ Abraham Maslow คือ

1. แรงจูงใจด้านความต้องการรู้จักตนเอง เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยว แบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด

2. แรงจูงใจด้านความต้องการทางสังคม เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลด้าน สังคมเป็นหลัก ประกอบด้วย 2 เหตุผล คือ

2.1 ความต้องการเพื่อนเพื่อความต้องการเป็นที่ยอมรับ

2.2 ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือเอาใจใส่ผู้อื่น

3. แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว แบบ ผจญภัย หรือทำกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย

4. แรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกหนี จากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน โดยต้องการพักผ่อนหรือปลดปล่อยตัวเองออกจากชีวิตสังคม

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว น่าจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจการ เดินทางท่องเที่ยวโดยสัญชาติญาณอยู่แล้ว และมนุษย์ทุกคนมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวที่ต่างกันไป ตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา พอจะสรุปถึงมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับ ล้าน ๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่าง ๆ กัน มี 13 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการปฏิบัติงานมานาน เป็นการเพิ่มความสด ชื่นให้กับร่างกาย และจิตใจ

2. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา ขี่ช้าง เป็นต้น

3. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นการ ทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต

4. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

5. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว

6. ความต้องการเยี่ยมญาติพี่น้อง ปัจจุบันการคมนาคมเจริญมากขึ้น ครอบครัวในสังคมกระจายไปยังส่วนต่าง ๆ

7. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร

8. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมาก ถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาทำความรู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา

9. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลก ๆ แตกต่างจากผู้อื่น

10. ความต้องการยกฐานะ และเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด

11. ความต้องการระลึกถึงอดีต เนื่องจากอดีตเป็นที่มาของปัจจุบัน คนเราทุกคนมีอดีตเป็นประวัติ ตลอดจนความเป็นมาของครอบครัวว่าเป็นใครมาจากไหน

12. ความต้องการแสวงหาความสุขทางใจ เป็นผลมาจากความเชื่อทางศาสนา

13. ความต้องการฟื้นฟูสุขภาพทางกาย และใจ เป็นผลมาจากความเสื่อมของสุขภาพกายใจซึ่งอาจมาจากความเจ็บไข้ได้ป่วย ความเครียด และความเหนื่อยล้า

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองอัจฉริยะและเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ

ความหมายของเมืองอัจฉริยะ

เสมอ นิ่มเงิน (2563) ได้ให้ความหมายของ เมืองอัจฉริยะ หรือ Smart City ไว้ว่า เป็นรูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิและคุณภาพของบริการชุมชน เพื่อช่วยในการลดต้นทุน และลดการบริโภคของประชากร โดยยังคงเพิ่มประสิทธิภาพให้ประชาชนสามารถอยู่อาศัยได้ในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น () Smart City เป็นโครงการที่หลาย ๆ เมืองทั่วโลก พยายามพัฒนาให้เข้ากับยุค 4.0 โดยการเอาเทคโนโลยีมาผสานกับการใช้ชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะทั้งด้านการขนส่ง การใช้พลังงาน หรือโครงสร้างพื้นฐาน ที่จะทำให้เมืองที่สะดวกสบายเหมือนในฝัน เกิดขึ้นได้จริง ทั้งยังทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขกันด้วย แนวคิด Smart City เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ซึ่งเป็นรากฐานในการเชื่อมโยงอุปกรณ์หรือสิ่งของรอบ ๆ ตัวเข้ากับโครงข่ายการสื่อสารแบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการวางผังเมืองที่ชาญฉลาด รองรับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายรูปแบบการบริหารจัดการเมืองแบบ Smart City เป็นการสร้างเมืองที่จะมีการเติบโตอย่างยั่งยืน เน้นการจัดสมดุลของสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และเลือกใช้พลังงานสะอาด จึงช่วยลดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหามลภาวะทางอากาศ น้ำเสีย ขยะ การระบายน้ำ ช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดี คุณภาพอากาศที่ดี เพิ่มพื้นที่สีเขียว และลดปรากฏการณ์เกาะความร้อน (Heat Island Effect) แม้ว่าประเทศไทยจะยังไม่มี Smart City ที่สมบูรณ์เป็นรูปเป็นร่าง แต่ก็กำลังขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่เป้าหมายที่คัดเลือกเป็นเมืองอัจฉริยะต้นแบบด้วยกัน 7 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยความร่วมมือของ 3 กระทรวง คือ กระทรวงพลังงาน กระทรวงคมนาคม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองอัจฉริยะซึ่งมีแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ เน้น 5 เสาหลักสำคัญ ดังนี้

เสาหลักที่ 1 การพัฒนาเมืองอัจฉริยะต้นแบบ มีเป้าหมายในการเลือกเมืองที่มีศักยภาพ ที่จะใช้สำหรับการดำเนินงานนำร่อง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ

เสาหลักที่ 2 การปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ โดยมีเป้าหมายที่จะบูรณาการกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งระบบ

เสาหลักที่ 3 สร้างกลไกบริหารจัดการในการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะไปสู่ภาคปฏิบัติ มีเป้าหมายให้มีผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการพื้นที่ จัดเตรียมองค์กร ระบบ และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการให้บริการสาธารณะในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

เสาหลักที่ 4 ผลักดันเมืองอัจฉริยะด้วยการวิจัย พัฒนา และนวัตกรรม มีเป้าหมายในการส่งเสริมและต่อยอดการพัฒนาเมืองอัจฉริยะที่สามารถนำไปปรับใช้สำหรับเมืองอัจฉริยะในอนาคต

เสาหลักที่ 5 ส่งเสริมการจัดเก็บข้อมูล ตลอดจนเข้าถึงการเชื่อมโยงและการใช้งานข้อมูล โดยมีเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ข้อมูล สร้างการเรียนรู้ รวมทั้งสนับสนุนการวางแผน ตลอดจนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะอย่างเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ

การที่จะเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) สมบูรณ์แบบ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 7 อย่าง ดังต่อไปนี้

Smart Mobility การสัญจรอัจฉริยะ

Smart Community ชุมชนอัจฉริยะ

Smart Economy เศรษฐกิจอัจฉริยะ

Smart Environment สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ

Smart Governance การปกครองอัจฉริยะ

Smart Building อาคารอัจฉริยะ

Smart Energy พลังงานอัจฉริยะ

ไทยพาณิชย์ (มปป.) ได้ระบุไว้ว่า เมืองอัจฉริยะเมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่ายและการใช้ทรัพยากรของเมืองและประชากรเป้าหมาย โดยเน้นการออกแบบที่ดี และการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจและภาคประชาชนในการพัฒนาเมือง ภายใต้แนวคิดการพัฒนา เมืองน่าอยู่

เมืองทันสมัย ให้ประชาชนในเมืองมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข อย่างยั่งยืน เมืองอัจฉริยะแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทได้แก่

1. สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ (Smart Environment) หมายถึง เมืองที่คำนึงถึง ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและสภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการอย่างเป็น ระบบ เช่น การจัดการน้ำ การดูแลสภาพอากาศ การบริหาร จัดการของเสีย และการเฝ้าระวังภัยพิบัติ ตลอดจนเพิ่ม การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

2. เศรษฐกิจอัจฉริยะ (Smart Economy) หมายถึง เมืองที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจและบริหารจัดการ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมืองเกษตรอัจฉริยะ เมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ เป็นต้น

3. พลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy) หมายถึง เมืองที่สามารถบริหารจัดการด้านพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความสมดุล ระหว่างการผลิตและการใช้พลังงานในพื้นที่เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานและลดการพึ่งพาพลังงานจากระบบโครงข่ายไฟฟ้าหลัก

4. การบริหารภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance) หมายถึง เมืองที่พัฒนาระบบบริการภาครัฐ เพื่ออำนวยความสะดวก แก่ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของภาครัฐ โดยมุ่งเน้น ความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องผ่านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการ

การดำรงชีวิตอัจฉริยะ (Smart Living) หมายถึง เมืองที่มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโดยคำนึงถึงหลักอารยสถาปัตย์ (Universal Design) ให้ประชาชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีความสุขในการดำรงชีวิต

5. การเดินทางและขนส่งอัจฉริยะ (Smart Mobility) หมายถึง เมืองที่มุ่งเน้นพัฒนาระบบจราจรและขนส่งอัจฉริยะเพื่อขับเคลื่อนประเทศ โดยเพิ่มประสิทธิภาพและความเชื่อมโยงของระบบขนส่งและการสัญจรที่หลากหลาย เพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทางและขนส่ง รวมถึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6. พลเมืองอัจฉริยะ (Smart People) หมายถึง เมืองที่มุ่งพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะและสิ่งแวดล้อม ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเศรษฐกิจตลอดจนเปิดกว้างสำหรับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชน

การสร้างเมืองอัจฉริยะให้เกิดขึ้นได้จริงนั้น จำเป็นจะต้องมีเทคโนโลยีสำคัญ 3 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย

1. สมาร์ทกริด (Smart Grid) หรือโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ ซึ่งเป็นโครงข่ายไฟฟ้าที่นำเทคโนโลยีหลายประเภทเข้ามาทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นระบบเซนเซอร์และการควบคุมอัตโนมัติ เพื่อให้ระบบไฟฟ้ากำลังสามารถรับรู้ข้อมูลสถานะต่าง ๆ ในระบบได้แบบ Real Time รวมถึงระบบสารสนเทศ ระบบเก็บข้อมูล และระบบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้โครงข่ายไฟฟ้าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างชาญฉลาดมากขึ้น มีความสามารถมากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรน้อยลง มีประสิทธิภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความยั่งยืนปลอดภัยและที่สำคัญคือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ระบบโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะจะต้องครอบคลุมระบบไฟฟ้าทั้งหมด ซึ่งรวมถึงตั้งแต่ระบบการผลิต ระบบส่ง ระบบจำหน่าย จนถึงระบบของผู้ใช้ไฟฟ้า

2. อาคารอัจฉริยะ (Smart Building) ภายในปีค.ศ. 2050 ประชากรโลกกว่า 70% จะพำนักอาศัยอยู่ภายในอาคาร และจะยิ่งเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต ซึ่งหมายความว่า ความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยจะสูงขึ้นตามไปด้วย อาคารต้องเป็นมากกว่าโครงสร้างผนังและหลังคา สามารถมอบความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้แก่ผู้อยู่อาศัยได้มากขึ้น ดังนั้น อาคารจะต้องมีระบบอัจฉริยะที่ทำให้อาคารสามารถตอบสนองต่อความต้องการผู้อยู่อาศัยได้ สามารถเรียนรู้ และ ปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และที่สำคัญคือ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. ระบบไอซีทีอัจฉริยะ (Smart ICT : Smart Information and Communication Technology) ปีนี้อุปกรณ์มากกว่า 5 หมื่นล้านชิ้นจะสามารถเชื่อมต่อกันได้ และ 1 ใน 5 ของอุปกรณ์เหล่านี้จะถูกใช้อยู่ภายในอาคาร นั่นหมายความว่า ข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาลจะถูกสร้างขึ้น หัวใจสำคัญคือเราจะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้และวิเคราะห์ได้อย่างไร จึงจะทำให้เมืองมีความยืดหยุ่นในการบริหาร ในขณะเดียวกัน ยังสามารถตอบสนองความต้องการในระดับชุมชนและระดับบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เมืองอัจฉริยะจะเกิดขึ้นได้ เมื่อทั้ง 3ส่วนนี้ทำงานผสานกัน

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ BCG Economy

อมร เพ็ชรสว่าง (2563) ได้ให้ความหมายของ BCG Economy ไว้ว่า BCG Model เป็นโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ที่ประเทศไทยนำมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อที่จะพาประเทศก้าวข้าม “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” และลดความเหลื่อมล้ำ ด้วยการใช้ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ไปพร้อมๆ กัน โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นกลไกขับเคลื่อน

โดยเครื่องมือที่สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ จิสด้า ใช้เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ BCG คือ "ระบบดาวเทียม" ซึ่งจะมีดาวเทียมเป็นองค์ประกอบหลัก และดาวเทียมนั้นมีหลายรูปแบบ หลายประเภท รวมทั้งมีระดับความสูงและวงโคจรที่แตกต่างกันไป จึงจำเป็นต้องใช้ดาวเทียมที่หลากหลาย เนื่องจากการใช้ประโยชน์ที่ต่างกันครับ ส่วนภูมิสารสนเทศเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญที่ประกอบไปด้วย 5 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. Mapping ซึ่งก็คือแผนที่ที่จะบอกว่ามีอะไรอยู่ตรงไหนบ้าง

2. Monitoring เป็นการเฝ้าติดตามที่มีมิติเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแผนที่จะทำ ให้เรารู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เมื่อไหร่ อย่างไร

3. Modeling เมื่อข้อมูลมีความหลากหลายจึงจำเป็นต้องนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อให้เราสามารถประเมิน คาดการณ์ และวิเคราะห์หาต้นเหตุ และผลที่จะเกิดขึ้นต่อไป

4. Measurement การวัดเป็นเรื่องสำคัญและต้องใช้ข้อมูลหลายส่วนมาประกอบกัน เช่น การวัดความยากจนก็ต้องนำข้อมูลรายได้ หนี้ รายจ่าย และเงินที่มี เพื่อคำนวณหาความยากจน เป็นต้น

และสิ่งสุดท้ายที่สำคัญมากนั่นคือ Management เพราะ 4 กระบวนการที่กล่าวมาจะเกิดประโยชน์เป็นรูปธรรมได้ ก็ต่อเมื่อมีการนำไปบริหารจัดการให้ดีขึ้น

ทสพร ฐานะตระกูล (2563) ได้ให้ BCG Model ไว้ว่า ประกอบด้วย เศรษฐกิจหลัก 3 ด้าน ที่จะต้องขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กัน ได้แก่

B = เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เป็นการนำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดจากฐานความเข้มแข็งเดิม นั่นก็คือ ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การพัฒนาพันธุ์ข้าวที่มีธาตุอาหารสูง เป็นต้น

C = เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด ที่สำคัญคือการมุ่งไปที่ ZERO WASTE หรือการลดปริมาณของเสียให้น้อยลงหรือเท่ากับศูนย์ ด้วยการปรับกระบวนการผลิต เช่น การเปลี่ยนของเสียจากการผลิต

G = เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เอมไซม์จากจุลินทรีย์เพื่อการฟอกกระดาษ การใช้สารชีวภัณฑ์กำจัดแมลงศัตรูพืชทดแทนการใช้สารเคมี เป็นต้น

B = เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เป็นการนำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดจากฐานความเข้มแข็งเดิม นั่นก็คือ ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การพัฒนาพันธุ์ข้าวที่มีธาตุอาหารสูง เป็นต้น

ซึ่งแนวคิดดังกล่าว มีความสอดคล้องเป็นอย่างยิ่งกับ สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี (2564) ระบุไว้อย่างน่าสนใจว่า โมเดล BCG ประกอบด้วยเศรษฐกิจหลัก 3 ด้าน ที่ต้องขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่

B = เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เป็นการนำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดจากฐานความเข้มแข็งด้านทรัพยากรชีวภาพหรือผลผลิตทางการเกษตรของประเทศไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การพัฒนาพันธุ์ข้าวที่มีธาตุอาหารสูง เป็นต้น

C = เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นการนำทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประโยชน์ในขั้นแรกไปแล้ว มาแปรรูปในกระบวนการผลิตอีกครั้งเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่หรือผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเป็นการสร้างมูลค่าให้ขยะ และมุ่งไปที่ ZERO WASTE หรือการลดปริมาณขยะจากภาคการผลิตให้เป็นศูนย์ เช่น การใช้นวัตกรรมนำขยะพลาสติกบางประเภทมาผลิตใหม่โดยไม่ลดคุณภาพลง และการนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดคุณค่าแทนการเผาทิ้ง เป็นต้น

G = เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เอมไซม์จากจุลินทรีย์เพื่อการฟอกกระดาษ การใช้สารชีวภัณฑ์กำจัดแมลงศัตรูพืชทดแทนการใช้สารเคมี เป็นต้น

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2563) ได้ระบุไว้ว่า BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ(Bioeconomy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้น

การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน โดยเปลี่ยนข้อได้เปรียบที่ไทยมีจากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโต แข่งขันได้ในระดับโลก เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็ง มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว

BCG Model จะเป็นกลไกที่มีศักยภาพสูงในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอย่างทั่วถึง สามารถกระจายโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันสามารถสร้างให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นผู้นำระดับโลกในบางสาขาที่ประเทศไทยมีศักยภาพ จึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศเพื่อใช้ในการขับเคลื่อน BCG Model ดังนี้

1. มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเป้าหมาย BCG

2. ลดความเหลื่อมล้ำด้วยการเพิ่มรายได้เกษตรกรและชุมชน

3. ยกระดับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของไทยขึ้นเป็นผู้ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพและส่วนประกอบอาหารมูลค่าสูง Top 5 ของโลก

4. อุตสาหกรรมชีวภาพ การผลิตยา เครื่องมือแพทย์ วัสดุชีวภาพ มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพส่งออก เป็นแหล่งจ้างงานทักษะสูงและรายได้สูง

5. ระบบบริหารจัดการท่องเที่ยว นำไปสู่ Top 3 ของเอเชียแปซิฟิก (จัดโดย Travel & Tourism Competitiveness Index, World Economic Forum)

6. ลดการใช้ทรัพยากรลงจากปัจจุบัน

6. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

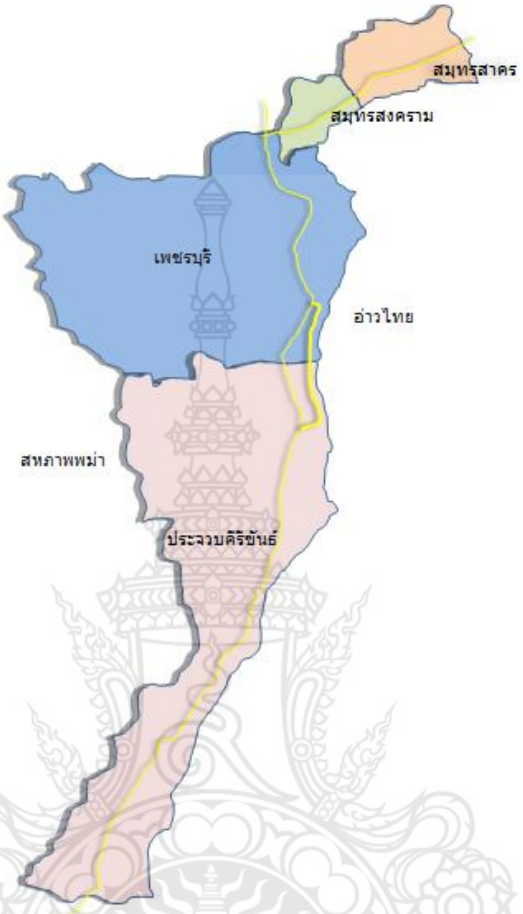
กลุ่มภาคกลางตอนล่างประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ มีพื้นที่รวมกัน 13,881.754 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน

ทิศเหนือ ติดกับ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (กาญจนบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี)

ทิศใต้ ติดกับ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี พัทลุง สงขลา)

ทิศตะวันออก ติดกับ ทะเลอ่าวไทย กรุงเทพมหานคร และกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และสมุทรปราการ)

ทิศตะวันตก ติดกับ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา



ภาพที่ 3 ภาพแสดงพื้นที่อาณาเขตติดต่อของ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2
ที่มา กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม โดยมีชายฝั่งทะเลยาว 359กิโลเมตร และเป็นปากแม่น้ำสำคัญ 4 สาย ที่ไหลลงสู่ทะเลอ่าวไทย คือ แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำเพชรบุรี และแม่น้ำปราณบุรี ด้านทิศตะวันตกในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์มีลักษณะเป็นที่ราบสูงและภูเขาสูงชันแล้วค่อยลาดต่ำลงมาทางทิศตะวันออก เกิดเป็นสันปันน้ำแบ่งน้ำส่วนหนึ่งไหลลงสู่พม่า และอีกส่วนหนึ่งไหลมาทาง ทิศตะวันออกเป็นต้นน้ำของแม่น้ำเพชรบุรี แม่น้ำปราณบุรี และมีแม่น้ำลำคลองหลายสาย ภูมิประเทศของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จึงเหมาะแก่การทำนา ทำสวน ทำนาเกลือ การประมง และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง นอกจากนั่นยังมีโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่มากที่สุดในประเทศไทย

ในภาพรวมพบว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ขึ้นอยู่กับภาคการผลิต 4 สาขาหลัก ได้แก่ สาขาเกษตร การเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจและการประมง สาขาอุตสาหกรรม สาขาการค้าส่ง และการค้าปลีก และสาขาการท่องเที่ยวและบริการ กลุ่มจังหวัดภาคตกลางตอนล่าง 2 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม Gross provincial cluster product) เท่ากับ 170,710 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมแยกรายจังหวัด จังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงที่สุด คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 366,207 ล้านบาท ตามด้วยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์86,972 ล้านบาท เพชรบุรี62,897 ล้านบาท และสมุทรสงคราม 20,841 ล้านบาท

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีศักยภาพสูงและโดดเด่นทั้งด้านการท่องเที่ยว และการเกษตรมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากมาย มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์สวยงามทั้งทางบกและทะเล รวมทั้งเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นขีดความสามารถที่มีความก้าวหน้าขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งนี้เป็นผลมาจากพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรด้านวิถีชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ ที่สามารถดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเรื่อยมา แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พระนครคีรี (เขาวัง), พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระรามราชนิเวศน์ (วังบ้านปืน), อุทยาน ร.2, อุทยานเขาสามร้อยยอด, หาดชะอำ, หัวหิน, อ่าวมะนาว และตลาดน้ำอัมพวา และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น ซานโตรินี่ วอเตอร์ แฟนตาซี, Camel Republic, Swiss Sheep Farm, สวนน้ำวานา นาวา และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นต้น

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนา เวทย์ประสิทธิ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภูเก็ตเมืองอัจฉริยะกับความต้องการของคนภูเก็ต ผลวิจัยพบว่า ภูเก็ตมีสถานการณ์ด้านประชากรและเศรษฐกิจที่จำเป็นต้องพัฒนาเป็นเมืองอัจฉริยะ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้หลัก และพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของคนภูเก็ต ส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิตอลตามแนวทางของรัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในเขตเศรษฐกิจพิเศษ หรือ Super cluster 1 ใน 9 จังหวัด งานวิจัยนี้ได้ศึกษาความต้องการของคนภูเก็ตต่อการพัฒนาเมืองในแต่ละด้านเพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านจากผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง ผลการศึกษายืนยันว่าแนวทางการพัฒนาภูเก็ต Smart City เป็นความต้องการของคนภูเก็ตจริงโดยเฉพาะในด้านความเป็นอยู่ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ

Ulirike Gretzel (2015) Study Smart Tourism Challenges, The research found defines smart tourism as tourism supported by integrated efforts at a destination to find innovative ways to collect and aggregate/ harness data derived from physical infrastructure, social connections, government/ organizational sources and humanbodies/ minds in combination with the use of advanced technologies to transform that data into enhanced experiences and business valuepropositions with a clear focus on efficiency, sustainability and enriched experiences during the trip. It delineates smart tourism from general etourism and describes the experience smart tourists are expected to have at smart destinations. The paper then discusses a series of challenges currently neglected in the practical smart tourism agendas and the academic literature.

Mehraliyev, F., Choi, Y. and Köseoglu, M.A. (2019) Study Progress on smart tourism research. Analysis revealed The smart tourism research life cycle has two turning points with an exponential increase: 2015 and 2017. The latter is mainly associated with the internationalization of collaboration. Social structure of smart tourism research was revealed. Many of the ideas and research trends are affected by one research cluster. Destination related articles are dominant in smart tourism research. Internet of things and tourist experience are less researched areas. Only a quarter of the articles was published in tourism and hospitality journals. In particular, there is a big gap in published papers in hospitality journals. An important gap from methodological aspect is limited number of qualitative studies with human subjects. The geographical limitation is high concentration of smart tourism studies in Korea.

Hunter, William Cannon (2015) Study Constructivist Research in Smart Tourism. Analysis revealed the smart tourism is a social phenomenon arising from the convergence of information technology with the tourism experience. New ways of doing business, new patterns of experience and new problems concerning tourism

destination image management and marketing are emerging due to the ubiquitous presence and influence of the internet and mobile devices. New conceptual tools are also available to enable researchers to further understand the social implications as well as the practical implementation of these new virtual and augmented smart tourism ecosystems. To this effect this paper introduces the constructivist paradigm and associated research methodologies as another toolbox for interpreting how smart tourism works as a form of soft power. The implications revealed by constructivism are that through smart tourism ecosystems, destination commodification and commoditization, experience and image formation are increasingly self-perpetuating, autonomous and organic social constructions. Researchers in information technology can use constructivist research to further explore these dynamic developments in smart tourism.

Mingliang Feng (2019) Study Human-Oriented Smart City Planning and Management Based on Time-Space Behavior. Analysis revealed To improve the quality of life, human-oriented smart city planning and management based on time-space behavior was studied. First, the basic theory of time-space behavior and smart city was introduced. The relationship between public participation and smart city construction planning was analyzed, and the positive and negative significance of public participation in smart city construction planning was expounded. Then, the mechanism for public participation in smart city construction planning was proposed. Finally, public participation in smart city construction planning was analyzed from the perspectives of power balance, interest coordination and safeguard measures. The results showed that public participation in smart city construction planning was an important manifestation of the realization of public democratic rights. The scientific nature and feasibility of smart city construction planning was enhanced. The smooth implementation of smart city construction planning was an important foundation for promoting smart city

construction. Therefore, public participation is an important way to safeguard social public interests and build a harmonious society.

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหา แนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เนื่องจากผู้วิจัยมีความต้องการที่จะหาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy โดยครบในทุก ๆ มิติให้มากที่สุดเพื่อสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้วางแผน และออกแบบงานวิจัยเอาไว้ ดังนี้

1. ประชากรที่ศึกษา

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 โดยจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวใน พื้นที่ดังกล่าวของ กรมการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี 2563 มีจำนวน 19,807,760 คน

1.1.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 โดยจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวใน พื้นที่ดังกล่าวของ กรมการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี 2563 มีจำนวน 19,807,760 คน ดังนั้น เมื่อทำการคำนวณค่าเพื่อหากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 727-728) จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{19,807,760}{1+19,807,760\ (0.05)^2}$$

$$n = \frac{19,807,760}{1+495,19.4}$$

n = 399.99 คน

1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นระดับต่อปัจจัยทางการท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เครื่องมือประกอบไปด้วยคำถามเพื่อใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยทำการแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทางการท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ

โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทางการท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวทางของ Likert (1967) จากมากที่สุด ถึง น้อยที่สุด ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง ปัจจัยในระดับ	มากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง ปัจจัยในระดับ	มาก
คะแนน 3	หมายถึง ปัจจัยในระดับ	ปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง ปัจจัยในระดับ	น้อย
คะแนน 1	หมายถึง ปัจจัยในระดับ	น้อยที่สุด

1.1.3 การสร้าง และพัฒนาเครื่องมือในการศึกษา

การสร้าง และพัฒนาแบบสอบถามนั้นก่อนนำไปใช้ถามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความถูกต้องของเครื่องมือ (Validity) และการตรวจสอบความน่าจะเป็นของเครื่องมือ (Reliability) ดังนี้

การตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ โดยผู้ทำการศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ให้

ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ IOC แทนดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นหลักที่ศึกษา

∑R แทนผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้ โดยให้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.94

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ไปดำเนินการทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่ที่เดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ศึกษา จำนวน 30 ท่าน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบรัค Cronbach (1953) โดยมีผลรวมค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.86

1.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา และโครงสร้างคำถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามลงสนามวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างการเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประสานขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร เพื่อส่งถึงผู้มีอำนาจรับผิดชอบในแต่ละพื้นที่วิจัย ขอนุญาตและขอความร่วมมือเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

2. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบการแบบบังเอิญ

3.. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งจะได้นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์สถิติตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทางการท่องเที่ยว ความต้องการด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จำแนกตามปัจจัยด้านต่าง ๆ

การแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม พิจารณาจากระดับคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ซึ่งจัดชั้น โดยให้คะแนนระดับความต้องการที่มีต่อปัจจัยในด้านต่างๆ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง ปัจจัยในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง ปัจจัยในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง ปัจจัยในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง ปัจจัยในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง ปัจจัยในระดับมากที่สุด

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงประเด็น เชื่อถือได้ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ไว้ ทั้งหมด 3 กลุ่ม รวม 20 ท่าน คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม

3. ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสาคร
4. ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
6. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม
7. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร
8. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
9. ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเพชรบุรี
10. ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานประจวบคีรีขันธ์
11. ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสมุทรสงคราม
12. เกษตรและสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม
13. อุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสงคราม
14. พาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม
15. นักวิชาการสิ่งแวดล้อมชำนาญการพิเศษ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสมุทรสาคร
16. กลุ่มนักวิชาการในพื้นที่และนอกพื้นที่
17. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเนื่องจากต้องการองค์ความรู้ที่ผ่านการสังเคราะห์แล้วจากผู้ที่มีประสบการณ์ และเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย รูปแบบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาวิจัยอย่างจริงจัง

โดยสร้างชุดคำถาม 3 ชุด ตามโครงสร้างคำถาม ดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มผู้บริหารระดับสูงภาครัฐที่มีความเกี่ยวเนื่องในระดับการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษาวิจัย ประกอบด้วย แนวทางการกำหนดนโยบายการเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ แนวทางการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ BCG Economy และแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ของพื้นที่ศึกษา

ชุดที่ 2 สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่ศึกษาวิจัย ประกอบด้วย แนวทางและศักยภาพของพื้นที่ในการเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ แนวทางและศักยภาพของพื้นที่ในการดำเนินการตามแนวคิด BCG Economy และแนวทางและศักยภาพเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ชุดที่ 3 สำหรับกลุ่มกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทิศทางและความเหมาะสมของพื้นที่ในการเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ทิศทางและความเหมาะสมของพื้นที่ในการดำเนินการตามแนวคิด BCG Economy และทิศทางและความเหมาะสมเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของพื้นที่ศึกษา

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประสานขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร เพื่อส่งถึงกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

2. ยื่นหนังสือขอความอนุเคราะห์ และขอข้อมูลสำคัญเชิงลึก (In-Depth Interview) ต่อกลุ่มตัวอย่าง

3. นำชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้างเข้าทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ ครบถ้วน และตรงประเด็น

4. นำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาแยกหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษาพร้อมตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง ตรงประเด็น และตอบโจทย์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5. รวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตีความ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อตอบโจทย์ประเด็นคำถามงานวิจัย และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการจำแนกข้อมูล (Typology Analysis) ตามประเด็นที่ศึกษา ซึ่งการตีความจะใช้ข้อมูลในการสัมภาษณ์และการตีความจากการสังเกตเป็นองค์ประกอบร่วม

ทั้งนี้เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วน จะดำเนินการวิเคราะห์ตามหลักแนวคิดทฤษฎีเพื่อกำหนดเป็นร่างแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy จากนั้นจะดำเนินการนำเสนอร่างแนวทางดังกล่าวต่อผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อหาความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนา และตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยอย่างสมบูรณ์ที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เนื่องจากผู้วิจัยมีความต้องการที่จะหาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy เพื่อให้ผลการศึกษาตรงประเด็น และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างถูกต้องที่สุด การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะและการท่องเที่ยวแบบ BCG ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงผลการศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

เพศ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ชาย	178	44.50
หญิง	222	55.50
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเป็นเพศชายจำนวน 178 คน คิดร้อยละ 22.5

ตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

อายุ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 20 ปี	68	17
20 - 29 ปี	114	28.50
30 - 39 ปี	67	16.75
40 - 49 ปี	89	22.25
50 - 59 ปี	41	10.25
60 ปีขึ้นไป	21	5.25
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 40-39 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ในส่วนของช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

ตาราง 3 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	17	4.25
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	24	6.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	54	13.50
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	273	68.25
สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.00
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมา คือ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 54คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ ในส่วนของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตาราง 4 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ พนักงานของรัฐ	65	16.25
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.50
พนักงานบริษัทเอกชน	107	26.75
เกษตรกรรมและกสิกรรม	55	13.75
เกษียณ	36	9.00
อาชีพอิสระ	55	13.75
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และข้าราชการ พนักงานของรัฐ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ ในส่วนของอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ เกษียณ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตาราง 5 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14	3.50
10,001 – 20,000 บาท	87	21.75
20,001 – 30,000 บาท	125	31.25
30,001 – 40,000 บาท	67	16.75
40,001 – 50,000 บาท	47	11.75
50,000 ขึ้นไป	60	15.00
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001–30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมา คือ มีรายได้ 10,001–20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และมีรายได้ จำนวน 30,001–40,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ ในส่วนของระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือ มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะและการท่องเที่ยวแบบ BCG ของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงผลการศึกษาด้านจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาหลักในการเดินทางท่องเที่ยว งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว แสดงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว (การจองตั๋ว การใช้เทคโนโลยี)

ตาราง 6 แสดงจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง

ประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	44	11.00
2 – 3 ครั้ง	92	23.00
4 – 5 ครั้ง	128	32.00
6 ครั้งขึ้นไป	136	34.00
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 ครั้งขึ้นไป จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา คือ มี 4 – 5ครั้ง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อย 23.00 ตามลำดับ ในส่วนของประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ น้อยที่สุด คือ ครั้งแรก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

ตาราง 7 แสดงงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว

แสดงงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	36	4.00
1,001 บาท – 2,000 บาท	42	10.50
2,001 บาท – 3,000 บาท	86	21.50
3,001 บาท – 4,000 บาท	91	22.75
4,001 บาท – 5,000 บาท	78	19.50
5,001 บาทขึ้นไป	67	36.25
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 บาท – 4,000 บาท มากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รองลงมา คือ ใช้งบประมาณระหว่าง 2,001 บาท – 3,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ และใช้งบประมาณ 4,001 บาท – 5,000 บาทจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาทน้อยที่สุด คือ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตาราง 8 แสดงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

แสดงระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	144	36.00
2 วัน	171	42.75
3 วัน	46	11.50
4 วัน	31	7.75
5 วันขึ้นไป	8	2.00
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2 วัน มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมา คือ 1 วัน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ 3 วัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ ในส่วนการท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาท่องเที่ยว 5 วันขึ้นไป น้อยที่สุด คือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 9 แสดงลักษณะรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว

ลักษณะรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางด้วยตัวเอง	342	85.50
เดินทางโดยบริษัทนำเที่ยว	58	14.50
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวโดยมีลักษณะรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มากที่สุด จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 และรูปแบบเดินทางโดยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 58 คิดเป็นร้อยละ 14.50

ตาราง 10 แสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อนในวันหยุด	227	56.75
เพื่อวัฒนธรรมและมีวัตถุประสงค์ทางศาสนา	49	12.25
เพื่อกีฬาและความบันเทิง	45	11.25
เพื่อความสนใจพิเศษ	10	2.50
เพื่อเยี่ยมญาติมิตร	11	2.75
เพื่องานอดิเรก	14	3.50
เพื่อธุรกิจ	13	3.25
อื่น ๆ	31	7.75
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด มากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา คือ เพื่อวัฒนธรรมและมีวัตถุประสงค์ทางศาสนา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ เพื่อกีฬาและความบันเทิง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ ในส่วนของวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมญาติมิตรน้อยที่สุด คือ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตาราง 11 แสดงช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาหลักในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดือนมกราคม – เดือนกุมพาพันธ์	98	24.50
เดือนมีนาคม – เดือนเมษายน	61	15.25
เดือนพฤษภาคม – เดือนมิถุนายน	55	13.75
เดือนกรกฎาคม – เดือนสิงหาคม	26	6.50
เดือนกันยายน – เดือนตุลาคม	21	5.25
เดือนพฤศจิกายน – เดือนธันวาคม	139	34.75
รวม	**400**	**100.0**

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีเลือกเดินทางท่องเที่ยวในระหว่างเดือนพฤศจิกายน – เดือนธันวาคม มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา คือ ระหว่างเดือนมกราคม – เดือนกุมพาพันธ์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และ ระหว่างเดือนมีนาคม – เดือนเมษายน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ ในระหว่างเดือนกันยายน – เดือนตุลาคม เป็นช่วงเวลาที่มีการเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

ส่วนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (Analytic Induction) ประเด็นสำคัญ ในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตเทศบาลจังหวัดเพชรบุรีจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

3.1 ท่านมีความเห็นว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในปัจจุบันเป็นอย่างไร

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบไปด้วย จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังจากที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักในภาคการท่องเที่ยวและบริการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าวได้คลี่คลายลงไปอย่างมาก และล่าสุดการมีการประกาศจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2565 กำหนดพื้นที่จังหวัดนำร่องด้านการท่องเที่ยว จำนวน 28 จังหวัด ซึ่งจังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 มีจำนวน 2 จังหวัด ที่ได้ประกาศเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว คือ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (เฉพาะเทศบาลเมืองหัวหิน, ตำบลหัวหิน และตำบลหนองแก) สำหรับจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ขอให้จังหวัดดำเนินการจัดทำแบบประเมินตนเอง เกี่ยวกับความพร้อมสำหรับพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินความพร้อมในการเปิดเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว ต่อไป จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้น มีการเตรียมการในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในห้วงเวลาที่ผ่านมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นจำนวนมาก ดูได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ด้านการท่องเที่ยว การเข้าจองโรงแรมที่พัก การเข้าใช้บริการของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564

3.2 ท่านมีความเห็นว่าจุดเด่น จุดขาย ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 คืออะไร

จุดเด่นและจุดขาย ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 คือ เป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีสนามบินขนาดใหญ่รองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว มีการคมนาคมที่สะดวกไม่ซับซ้อน อีกทั้ง มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ วิถีชีวิต วัดวาอาราม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นต้น ในความหลากหลายนี้เป็นจุดขายให้กับจังหวัดในกลุ่มท่องเที่ยวนี้ เพราะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม อีกทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนี้ ให้ความสำคัญด้านการ

ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีแนวทาง และมีการดำเนินงานในการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3.3 ท่านมีความเห็นว่า จุดอ่อน จุดด้อย ทางการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 คืออะไร

หากจะกล่าวถึงจุดอ่อนและจุดด้อย ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 นั้น มักจะเป็นจุดอ่อนและจุดด้อยในระดับจังหวัด ที่อาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มจังหวัด เช่น การขาดการบูรณาการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน แม้กระทั้ง การขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของระเบียบกฎหมาย ที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด ก็อาจทำให้ไม่มีการพัฒนาเป็นไปได้ตามที่ต้องการได้อย่างท่วงที เป็นต้น ซึ่งอาจจะกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดก็ย่อมได้

3.4 ท่านมีความเห็นว่ากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะหรือไม่อย่างไร

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองอัจฉริยะ ตามที่ได้กล่าวมากลุ่มจังหวัดนี้มีความหลากหลายในด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งหากในอนาคตได้นำเทคนโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาก็สามารถที่จะต่อยอดไปสู่เมืองท่องเที่ยวอัจริยะได้ในอนาคต

3.5 ท่านมีความเห็นว่า หากจะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ควรมีแนวทางอย่างไรบ้าง

แนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองอัจริยะ คือ การสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ของแต่ละจังหวัด หรือในภาพรวมของกลุ่มจังหวัด รวมไปถึงการศึกษาความพร้อมในพื้นที่ และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพื้นที่ด้วย

3.6 ท่านมีความเห็นว่า หากจะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ท่านหรือหน่วยงานของท่านมีความพร้อมที่จะส่งเสริมสนับสนุนในด้านใดบ้าง

หน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 2 มีความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านข้อมูลที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ และร่วมเป็นที่ปรึกษาในกระบวนการทำงานของนักวิจัย

3.7 ท่านมีความเห็นว่ากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะนำกรอบแนวคิด BCG Economy ปรับใช้ในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

โมเดลเศรษฐกิจ BCG Economy ในด้านการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน คือ Bio Economy, Green Economy และ Circular Economy เป็นกรอบแนวคิดที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาคการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะนำมาปรับใช้ในการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดนี้ ได้มีการนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดแล้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม ได้มีการนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG Economy ในด้านการท่องเที่ยว มาปรับใช้ในการดำเนินงานจัดทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่างในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ให้ได้ตระหนักและรับรู้ถึงการหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยว

3.8 ท่านมีความเห็นว่า หากจะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy ควรมีแนวทางอย่างไร

การที่จะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบ แนวคิด BCG Economy นั้น สิ่งสำคัญคือ การทำความเข้าใจที่ตรงกันของจังหวัดในกลุ่ม เกี่ยวกับแนวทางที่จะพัฒนาเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.9 ท่านมีความเห็นว่า หากจะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy ท่านหรือหน่วยงานของท่านมีความพร้อมที่จะส่งเสริมสนับสนุนในด้านใดบ้าง

มีความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านข้อมูลที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy และร่วมเป็นที่ปรึกษาในกระบวนการทำงานของนักวิจัย

3.10 หากต้องการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy ควบคู่กันไป ท่านมีแนวทางใดหรือข้อเสนอแนะที่เหมาะสมอย่างไรบ้าง

งานวิจัยที่ได้มีการดำเนินงานในพื้นที่ ทั้งงานวิจัยที่ส่งเสริม สนับสนุน แก้ไขปัญหา ล้วนแล้วแต่เป็นงานวิจัยที่ดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ข้อเสนอแนะที่ต้องการนำเสนอคือต้องการให้งานวิจัยที่เป็นประโยชน์นี้ กลับคืนสู่ชุมชนพื้นที่ที่ลงมาทำงานวิจัย เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดได้จริง ตามที่ได้วิจัยหาแนวทางไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในการเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ 2)ศึกษาศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ตามกรอบแนวคิด BCG Economy 3)เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ 4)เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ตามกรอบแนวคิด BCG Economy 5)เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปบทนำ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเรื่องเรื่อง การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy นั้น เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยบรรลุตรงตามวัตถุประสงค์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม และแรงจูงใจนักท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองอัจฉริยะและเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ BCG Economy และข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 400 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเพชรบุรี ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสมุทรสงคราม เกษตรและสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม อุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสงคราม พาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม นักวิชาการสิ่งแวดล้อมชำนาญการพิเศษ สำนักงาน

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มนักวิชาการในพื้นที่และนอกพื้นที่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ รวม 20 คน ในการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือจากการศึกษาทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และนำเครื่องมือไปทดสอบเพื่อให้มีความสมบูรณ์และตรงกับวัตถุประสงค์ของการ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา และโครงสร้างคำถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามลงสนามวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วน จึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาประมวลผล ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงประเด็น เชื่อถือได้ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อตอบโจทย์ประเด็นคำถามงานวิจัย และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการจำแนกข้อมูล (Typology Analysis) ตามประเด็นที่ศึกษา

2. สรุปข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จากผลสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้อยู่ในระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน

3. สรุปผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอัจฉริยะและการท่องเที่ยวแบบ BCG

ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีประสบการณ์การการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 ครั้งขึ้นไป มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 3,001 บาท – 4,000 บาท ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน เดินทางด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – เดือนธันวาคม

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในปัจจุบัน

หลังจากที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักในภาคการท่องเที่ยวและบริการจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าวได้คลี่คลายลงไปอย่างมาก และล่าสุดการมีการประกาศจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2565 กำหนดพื้นที่จังหวัดนำร่องด้านการท่องเที่ยว จำนวน 28 จังหวัด ซึ่งจังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 มีจำนวน 2 จังหวัด ที่ได้ประกาศเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว คือ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (เฉพาะเทศบาลเมืองหัวหิน, ตำบลหัวหิน และตำบลหนองแก) สำหรับจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ขอให้จังหวัดดำเนินการจัดทำแบบประเมินตนเอง เกี่ยวกับความพร้อมสำหรับพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินความพร้อมในการเปิดเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวต่อไป จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 เริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้น มีการเตรียมการในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในห้วงเวลาที่ผ่านมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2565 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 เป็นจำนวนมากขึ้น

2. ด้านจุดเด่น จุดขาย ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

พื้นที่และการเดินทาง ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีสนามบินขนาดใหญ่รองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว มีการคมนาคมที่สะดวกไม่ซับซ้อน มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ วิถีชีวิต วัดวาอาราม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นต้น ในความหลากหลายนี้เป็นจุดขายให้กับจังหวัดในกลุ่มท่องเที่ยวนี้ เพราะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม อีกทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนี้ ให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีแนวทาง และมีการดำเนินงานในการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านจุดอ่อน จุดด้อย ทางการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

ในพื้นที่จะมีจุดอ่อนและจุดด้อยในระดับจังหวัด ที่อาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มจังหวัด เช่น การขาดการบูรณาการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน แม้กระทั้ง การขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของ

ระเบียบ กฎหมาย ที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด ก็อาจทำให้ไม่มีการพัฒนาเป็นไปได้ตามที่ต้องการได้อย่างท่วงที เป็นต้น ซึ่งอาจจะกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดก็ย่อมได้

4. ด้านความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ ของจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองอัจฉริยะ ตามที่ได้กล่าวมากลุ่มจังหวัดนี้มีความหลากหลายในด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งหากในอนาคตได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาก็สามารถที่จะต่อยอดไปสู่เมืองท่องเที่ยวอัจริยะได้ในอนาคต แต่ทั้งนี้ควรมีการเลือกเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมจริงๆ มาปรับใช้ และต้องเป็นเทคโนโลยีที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายๆ ใช้งานได้จริง เสริมจุดเด่นของการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น

5. ด้านแนวทางที่เหมาะสวมการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ

แนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองอัจริยะ คือ การสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ของแต่ละจังหวัด หรือในภาพรวมของกลุ่มจังหวัด รวมไปถึงการศึกษาความพร้อมในพื้นที่ และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพื้นที่

6. ด้านความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ

หน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 2 มีความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านข้อมูลที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอัจฉริยะ และร่วมเป็นที่ปรึกษาในกระบวนการทำงานของนักวิจัย ทั้งนี้ยังคงขาดความพร้อมในเรื่องงบประมาณที่มีจำกัด

7. ด้านความเหมาะสมที่จะนำกรอบแนวคิด BCG Economy ปรับใช้ในการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

โมเดลเศรษฐกิจ BCG Economy ในด้านการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน คือ Bio Economy, Green Economy และ Circular Economy เป็นกรอบแนวคิดที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาคการ

ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีความเหมาะสมที่จะนำมาปรับใช้ในการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดนี้ ได้มีการนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดแล้ว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม ได้มีการนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG Economy ในด้านการท่องเที่ยว มาปรับใช้ในการดำเนินงานจัดทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่างในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ให้ได้ตระหนักและรับรู้ถึงการหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยว

8. ด้านแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy

การที่จะพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบ แนวคิด BCG Economy นั้น สิ่งสำคัญคือ การทำความเข้าใจที่ตรงกันของจังหวัดในกลุ่ม เกี่ยวกับแนวทางที่จะพัฒนาเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

9. ด้านความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมสนับสนุนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy

มีความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านข้อมูลที่ต้องการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวโดยยึดกรอบแนวคิด BCG Economy และร่วมเป็นที่ปรึกษาในกระบวนการทำงานของนักวิจัย พร้อมสนับสนุนการทำงานที่เป็นไปตามกรอบที่หน่วยงาน หรือระเบียบของทางราชการจะสามารถทำได้

10. ด้านแนวทางและข้อเสนอแนะหากต้องการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอัจริยะภายใต้กรอบแนวคิด BCG Economy

ควรส่งเสริมการศึกษา การนวิจัยที่ได้มีการดำเนินงานในพื้นที่ ทั้งงานวิจัยที่ส่งเสริม สนับสนุน แก้ไขปัญหา ล้วนแล้วแต่เป็นงานวิจัยที่ดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งนี้จะช่วยให้พบแนวทางที่มีความเหมาะสม แต่ก็ยังคงต้องดูทรัพยากรของพื้นที่ที่มีอยู่ในทุกๆ ด้าน ทั้งจุดเด่น จุดด้อย คนในพื้นที่ รวมไปถึงเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีความเหมาะสมที่จะนำเข้ามาใช้ ทั้งนี้ข้อเสนอแนะที่ต้องการ

นำเสนอคือ ต้องการให้งานวิจัยที่เป็นประโยชน์นี้ กลับคืนสู่ชุมชนพื้นที่ที่ลงมาทำงานวิจัย เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดได้จริง ตามที่ได้วิจัยหาแนวทางไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในมิติการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่กำลังเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). รายงานสรุปภาพรวมการท่องเที่ยวของไทย. มปป.

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. (2544). พัฒนาชนบทยั่งยืน สำหรับสาขาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ทสพร ฐานะตระกูล. (2563). ทำความรู้จัก 'BCG Economy' โมเดลใหม่ เศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/859943.

ไทยพานิชย์. (มปป.). Smart City คืออะไร? ต้องมีองค์ประกอบอะไรบ้าง. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/life-style/smart-city.html.

นิศา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: คณะอุตสาหกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยรังสิต.

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, กนกศักดิ์ แก้วเทพ และกาญจนา แก้วเทพ. (2543). วิถีใหม่แห่งการพัฒนา: วิธีวิทยาศึกษาสังคมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พยอม ธรรมบุตร. (2546). เอกสารประกอบการเรียนการสอน เรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

พระธรรมปิฎก. (2554). การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.

รัตนา เวทย์ประสิทธิ์. (2559). ภูเก็ตเมืองอัจฉริยะกับความต้องการของคนภูเก็ต. The Twelfth National Conference on Computing and Information Technology.

วรรณา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2539). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ตรัง สตูล และพัทลุง. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทย. (2540). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เสมอ นิ่มเงิน. (2563). เมืองอัจฉริยะ (Smart City) คืออะไร และจะเกิดขึ้นได้อย่างไร. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.engineeringtoday.net.

สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี. (2564). BCG คืออะไร ทำไมจึงเป็นวาระแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จากhttps://www.pmdu.go.th/bcg.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-by-nstda/.

อนุช อาภาภิรม. (2545). การพัฒนาอย่างยั่งยืนคำตอบอยู่ในความหลากหลาย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิศูนย์สื่อสารเพื่อการพัฒนา.

อมร เพ็ชรสว่าง. (2563). เทคโนโลยีอวกาศ + ภูมิสารสนเทศ จะเข้ามามีบทบาทกับ BCG ได้อย่างไร. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.gistda.or.th/main/th/node/3617.

Beach, J.G. and Ragheb, M.G. (1983). Measuring leisure motivation. Journal of Leisure Research. 15, 219.

Feng, M. (2019), "Human-Oriented Smart City Planning and Management Based on Time-Space Behavior", Open House International, Vol. 44 No. 3, pp. 80-83. https://doi.org/10.1108/OHI-03-2019-B0021

Hunter, William Cannon. (2015). Study Constructivist Research in Smart Tourism, Asia pacific journal of information systems, Vol. 25 Issue 1 / pp.103-118.

Mehraliyev, F., Choi, Y. and Köseoglu, M.A. (2019), "Progress on smart tourism research", Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol. 10 No. 4, pp. 522-538. https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0076

Mill, R.C. (1990). Tourism the International Business. New Jersey: Prentice Hall.

Swarbrooke, J. and Horner, S. (2016). Consumer Behaviour in Tourism (3rd ed.). New York: Routledge.

Ulirike Gretzel. (2015). Smart Tourism Challenges, Journal of Tourism An International Research on Travel and Tourism, Vol. XVI, No. 1, 2015, pp. 41-47.

World Bank. (1987). What is Sustainable Development. Retrieved March 10, 2016, from http://www.worldbank.org/depweb/english/sd.html.

World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future . Oxford University Press. ISBN 019282080X.

ภาคผนวก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์

วัน เดือน ปี เกิด 15 เมษายน 2524

ที่อยู่ปัจจุบัน 111/45 ถนนพิบูลสงคราม ตำบลสวนใหญ่
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผู้ช่วยคณบดี คณะศิลปศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2548 อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ จังหวัดนนทบุรี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2560 ปร.ด. (การท่องเที่ยว)
มหาวิทยาลัยพะเยา

พ.ศ. 2550 ศศ.ม. (การจัดการการโรงแรม และการท่องเที่ยว),
มหาวิทยาลัยนเรศวร, จังหวัดพิษณุโลก

พ.ศ. 2548 ศศ.บ. (อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว),
มหาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, จังหวัดกรุงเทพมหานคร

งานวิจัย ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์. (2562). ศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยมอเตอร์ไซค์ของจังหวัดกาญจนบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพมหานคร.

ผลงานตีพิมพ์ 1. ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์. (2561). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. **การบริการและการท่องเที่ยว**,

2. ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์. (2562). ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. **วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต,**

3. ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์. (2564). ศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยมอเตอร์ไซค์ของจังหวัดกาญจนบุรี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกาญจนบุรี,**