

องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างใน
เมืองรองของประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวางผังและออกแบบเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CORRELATION OF PHYSICAL COMPOSITION FOR TOURISM WITH THE EXPENDITURE
AND PROPORTION OF TOURIST IN SECONDARY CITIES IN THAILAND.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning in Urban Planning and
Design

Department of Urban and Regional Planning

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย
โดย	น.ส.พิมพ์วิภา ตราชูวนิช
สาขาวิชา	การวางแผนและออกแบบเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวัฒน์ รัตนวราหะ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวดี ทองสุกปลั่ง ทรราชสุขสิน)

พิมพ์วิภา ตราชูวณิช : องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย. (CORRELATION OF PHYSICAL COMPOSITION FOR TOURISM WITH THE EXPENDITURE AND PROPORTION OF TOURIST IN SECONDARY CITIES IN THAILAND.) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการ อันประกอบไปด้วย องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึงที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ซึ่งเป็นพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวตามนิยามของนักท่องเที่ยวคุณภาพ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2565 - พ.ศ.2562) ของทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองที่ยังคงประสบปัญหาในด้านความเหลื่อมล้ำจากการกระจุกตัวของทั้งจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวในบางกลุ่มจังหวัด จนก่อให้เกิดปัญหาการเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ (Carrying Capacity) ของพื้นที่ที่มีการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในปริมาณมากต่อเนื่องไปจนถึงการส่งผลกระทบต่อคุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในเมือง

จึงนำมาสู่การประเมินถึงความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวของทุกจังหวัดเมืองรอง ผ่านการวิเคราะห์ชุดข้อมูลองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงกายภาพในแต่ละด้าน รวมไปถึงชุดข้อมูลค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในช่วง 5 ปี โดยใช้วิธีการจัดทำชุดข้อมูลทั้ง 2 ประเภทให้ออกมาในรูปของค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) และนำมาจัดกลุ่มตามระดับคะแนนด้วยเทคนิคการแบ่งช่วงขั้นของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Natural Breaks) เพื่อประเมินถึงสภาพในปัจจุบันขององค์ประกอบการท่องเที่ยว พร้อมทั้งศึกษาสภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างของแต่ละจังหวัดเมืองรอง ซึ่งผลการประเมินทั้ง 2 ชุดข้อมูลนี้จะสามารถนำมาประกอบการทิศทางของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเกิดความสมดุลทั้งในฝั่งของนักท่องเที่ยวและฝั่งของพื้นที่เมืองรอง

ภายหลังจากการประเมินถึงศักยภาพในปัจจุบันของพื้นที่แล้วนั้น จึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว โดยจะวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเมืองรองที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว นั้น จะ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจในประเด็นของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและองค์ประกอบในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในประเด็นจำนวนร้านอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวได้นำมาสู่การวางแผนนโยบายในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแต่ละบริบทเมืองรองในปัจจุบัน ให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างซึ่งเป็นพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามนิยามของนักท่องเที่ยวคุณภาพ พร้อมกันนั้นได้มีการจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับกระบวนการในการดำเนินงานของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ให้สามารถดำเนินงานตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา การวางแผนและออกแบบเมือง
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6370035025 : MAJOR URBAN PLANNING AND DESIGN

KEYWORD: Quality Tourism, High Spending, Long Stays, Tourism Elements, The Secondary City

Pimwipar Trachuwanich : CORRELATION OF PHYSICAL COMPOSITION FOR TOURISM WITH THE EXPENDITURE AND PROPORTION OF TOURIST IN SECONDARY CITIES IN THAILAND.. Advisor: Asst. Prof. NATTAPONG PUNNOI, Ph.D.

The purpose of this research is to focus on three physical elements of tourism, namely the amenity, the accessibility, and the attraction of expenses and the proportion of overstaying guests. This is a tourism behavior based on the definition of quality tourists over the last 5 years (2015 - 2019) of all 55 secondary cities that continue to face the problem of concentration inequality. of both the number and income of tourists in some provinces, resulting in the problem of exceeding the carrying capacity of the area with a large number of tourist arrivals, as well as the ongoing impact on the quality of tourism resources within the city

This resulted in an assessment of the area's potential to accommodate tourists from every secondary city. through the examination of physical tourism element datasets in each aspect It includes a five-year dataset of average per capita expenditure per day and the proportion of tourists per visitor. To assess the current state of tourism elements, two types of data sets were created in the form of Standard Score and grouped according to the score level using the Natural Breaks technique. as well as the potential for attracting expenses and the proportion of secondary city occupants The evaluation results of these two data sets can be used to support the direction of the tourism development plan, which can balance both the tourist and secondary city areas.

Following an assessment of the area's current potential, the three physical elements of tourism that influence the attraction of tourists' spending and stay were examined. A Multiple Regression Analysis was used to examine it. The findings revealed that tourism elements in secondary cities influence tourist attraction, spending, and stay. It will include tourism elements in the form of a number of natural attractions. as well as the composition of amenities in terms of the number of restaurants.

The above analysis results in policy planning for the development of tourism elements in each secondary city context at the moment. To have enough potential to attract expenses and stays, which are the characteristics of quality tourists. At the same time, recommendations for government operations were made. to be able to implement the secondary city tourism development plan in order to attract tourists who have spent and stayed successfully

Field of Study: Urban Planning and Design

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยหากขาดความช่วยเหลือและคำแนะนำจาก ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ พันธุ์ น้อย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้ความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์และความใส่ใจตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยของข้าพเจ้าในงานวิจัยฉบับนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์อย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อภิวัฒน์ รัตนวราหะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวดี ทองสุกปลั่ง ทรราชสุขลีน ซึ่งกรุณามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย พี่สะใภ้ และเพื่อนๆที่คอยให้คำปรึกษาและกำลังใจในการเรียนครั้งนี้ สุดท้ายตัวของข้าพเจ้าเองในการหมั่นเรียนรู้และพยายามพัฒนาตนเองในการต่อยอดความรู้ในการศึกษาครั้งนี้

พิมพ์วิภา ตราชูวนิช

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามงานวิจัย.....	4
1.3 สมมุติฐานในงานวิจัย.....	4
1.4 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2.....	7
การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยว.....	7
2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	7

2.1.2	บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว	9
2.1.3	ประเภทของการท่องเที่ยว	11
2.2	สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาในประเทศไทย	16
2.2.1	การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแปรผกผันกับรายได้การท่องเที่ยว	16
2.2.2	ปัญหาความเหลื่อมล้ำและข้อจำกัดของความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว	17
2.2.3	การส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง	20
2.2.4	มุ่งสู่กลยุทธ์การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ.....	26
2.3	แนวคิดนักท่องเที่ยวคุณภาพ.....	32
2.3.1	นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพในการจับจ่ายและการพักค้าง.....	35
2.3.2	นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยา.....	37
2.4	แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	39
2.4.1	ความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	39
2.4.2	แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว	40
2.4.3	กรณีศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว	46
2.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	49
บทที่ 3	52
ระเบียบและวิธีการวิจัย.....	52
3.1	กระบวนการวิจัย.....	52
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
3.2.1	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ประกอบไปด้วย	57
3.2.2	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบไปด้วย	57
3.2.3	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง ประกอบไปด้วย	58

3.2.4 คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว คุณภาพ ประกอบไปด้วย	58
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล	58
3.3.1 การเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว	58
3.3.2 การเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวคุณภาพจากพฤติกรรมการใช้จ่ายและการพักค้าง ..	69
3.4 การจัดทำข้อมูล	70
3.4.1 การจัดทำข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว	70
3.4.2 การจัดทำข้อมูลค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง.....	71
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	72
3.5.1 การจัดกลุ่มคุณลักษณะของเมืองรอง	72
3.5.2 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์.....	74
บทที่ 4	75
การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล	75
4.1 ลักษณะการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวใน กลุ่มจังหวัดเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562).....	75
4.1.1 ลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในเมืองรอง (พ.ศ.2558 – พ.ศ.2562).....	76
4.1.2 ลักษณะการกระจายตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรอง (พ.ศ. 2558 – พ.ศ.2562).....	84
4.1.3 ลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างของกลุ่มจังหวัดเมือง รอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - 2562)	92
4.2 ลักษณะขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวในเมืองรอง	99
4.2.1 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในเมืองรอง.....	99
4.2.2 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองรอง	107

4.2.3 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในเมือง รอง.....	114
4.3 สรุปลักษณะพื้นที่ศึกษาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและมุมมองของเมืองรอง	120
4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่ส่งผลต่อดัชนีศักยภาพของเมืองใน การดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง	129
4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพ และดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง	129
4.4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองใน การดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง ผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอย เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	133
4.5 สรุปผลการจัดกลุ่มเมืองรองและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่ ส่งผลต่อดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง	136
บทที่ 5	138
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	138
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	138
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในแต่ละบริบทของเมือง รอง	142
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	151
5.3.1 ข้อเสนอด้านยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและพักค้างอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง..	152
5.3.2 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	154
5.3.3 ข้อเสนอต่องานวิจัยในอนาคต.....	155
บรรณานุกรม.....	2
ประวัติผู้เขียน.....	8

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 สถิติประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนและสร้างรายได้การท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกของโลกในปี พ.ศ.2560	1
ตารางที่ 2 ตารางสรุปนโยบายและแผนพัฒนาระดับภาคและประเทศที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ	27
ตารางที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากการรวบรวมตัวอย่างงานวิจัยที่ผ่านมา	34
ตารางที่ 4 พฤติกรรมท่องเที่ยวด้านศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวไทย	36
ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยและชาวจีน ..	37
ตารางที่ 6 ตัวอย่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวจากงานวิจัยที่ศึกษาประเด็นแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 7 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักและองค์ประกอบย่อย พร้อมคัดเลือกผ่านการเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวในบริบทของหน่วยงานในประเทศไทย.....	44
ตารางที่ 8 สิ่งดึงดูดใจที่มีศักยภาพตำบล Amfoang Selatan	47
ตารางที่ 9 ผลการนับค่าที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวผ่านซอฟต์แวร์ NVivo	48
ตารางที่ 10 ตารางสรุปวิธีการจัดเก็บข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวในบริบทของหน่วยงานในประเทศไทย	66
ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบร้อยละค่าดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว กับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดเมืองรองในแต่ละภูมิภาค.....	122
ตารางที่ 12 ผลสรุปกลุ่มจังหวัดเมืองรองตามศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวและระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน	124
ตารางที่ 13 ตัวแปรองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวในระดับรายละเอียด	130

ตารางที่ 14 ตารางความสัมพันธ์รายละเอียดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพ 25 ตัวแปรกับ
ดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง..... 132

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองในการ
ดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน
(Stepwise Multiple Regression Analysis)..... 134

ตารางที่ 16 ตารางสรุปรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดตามศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่าย
และสัดส่วนผู้พักค้าง และระดับค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยว 145



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560.....	17
ภาพที่ 2 การกระจุกตัวของรายได้การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559.....	18
ภาพที่ 3 ปัญหาขยะล้นชายหาดเกาะกระดาน จ.ตรัง	19
ภาพที่ 4 แคมเปญ Amazing Thailand Go Local กระตุ้นรายได้ท่องเที่ยว 55 เมืองรอง.....	22
ภาพที่ 5 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว 5 อันดับในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2561	22
ภาพที่ 6 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว 10 อันดับในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ปี 2563	24
ภาพที่ 7 ตัวอย่างแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดเมืองรอง	25
ภาพที่ 8 ผลกระทบการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย	26
ภาพที่ 9 งานแถลงข่าวแคมเปญที่ชื่อว่า Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters	31
ภาพที่ 10 สรุปล่วงเวลาในการศึกษาประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพในประเทศไทย	33
ภาพที่ 11 องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว.....	40
ภาพที่ 12 วิวัฒนาการของแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว	41
ภาพที่ 13 กรอบแนวคิดการวิจัย กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย	49
ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework).....	51
ภาพที่ 15 แผนภาพแสดงระเบียบวิธีวิจัย	56
ภาพที่ 16 ตัวอย่างการจัดเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว.....	60
ภาพที่ 17 รายละเอียดค่าคะแนนการรีวิวแหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps.....	61
ภาพที่ 18 การจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและค่าคะแนนการรีวิวแหล่งท่องเที่ยวด้วยคำสั่ง Pivot Table.....	61

ภาพที่ 19 รายละเอียดค่าคะแนนการรีวิวลิ่งอำนวยความสะดวกประเภทที่พัก ผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps	63
ภาพที่ 20 การจำแนกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าคะแนนการรีวิวลิ่งอำนวยความสะดวกด้วยคำสั่ง Pivot Table	63
ภาพที่ 21 ตัวอย่างแผนภูมิแท่งแสดงเทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลการจัดกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks).....	73
ภาพที่ 22 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ใน 55 จังหวัดเมืองรอง	77
ภาพที่ 23 ร้อยละค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562) ในแต่ละจังหวัดเมืองรองแบ่งตามภูมิภาค.....	79
ภาพที่ 24 การจัดกลุ่มชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันของแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรอง.....	80
ภาพที่ 25 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในเมืองรอง ในช่วงปี พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562	83
ภาพที่ 26 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ใน 55 จังหวัดเมืองรอง.....	85
ภาพที่ 27 แผนภูมิร้อยละค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน (พ.ศ.2558 -2562) ในแต่ละภูมิภาค	87
ภาพที่ 28 การจัดกลุ่มชุดข้อมูลสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนของแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	88
ภาพที่ 29 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรอง ในช่วงปี พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562	91
ภาพที่ 30 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (บาท) และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน (%) ของทั้ง55 เมืองรอง	92
ภาพที่ 31 แผนภูมิตัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง	93
ภาพที่ 32 แผนภูมิร้อยละค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว	94

ภาพที่ 33 การจัดกลุ่มดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ใน 5 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562).....	95
ภาพที่ 34 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมือง	98
ภาพที่ 35 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564	101
ภาพที่ 36 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ	102
ภาพที่ 37 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง.....	103
ภาพที่ 38 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	106
ภาพที่ 39 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดเมืองรอง.....	108
ภาพที่ 40 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	109
ภาพที่ 41 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	110
ภาพที่ 42 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	113
ภาพที่ 43 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง.....	115
ภาพที่ 44 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง.....	116
ภาพที่ 45 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง	117
ภาพที่ 46 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง.....	119
ภาพที่ 47 แผนที่แสดงการซ้อนทับของศักยภาพการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง	144



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องด้วยเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้มากกว่า 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross domestic product - GDP) และเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจเชื่อมโยงไปยังสาขาอื่นๆในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ภาคเกษตรภาคอุตสาหกรรม และภาคพาณิชย์กรรม เป็นต้น จากการเปิดเผยข้อมูลสถิติรายได้จากภาคการท่องเที่ยวโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้กว่า 3 ล้านล้านบาทต่อปี โดยในปี 2562 World Economic Forum ได้จัดให้ไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 31 จากทั้งหมด 140 ประเทศ และอยู่อันดับที่ 3 ในกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งยังมีรายงานสถิติโดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ UNWTO ที่ว่าด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นเป้าหมายของการมาเยือนของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งจากสถิติในปี 2560 ที่ผ่านมาพบว่ามียกนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนในประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 10 ของโลก ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 35.4 ล้านคน และรายได้การท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยกว่า 57.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากชุดข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพในการจะพัฒนาให้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลก นอกจากนี้ยังมองเห็นถึงศักยภาพในการใช้อุตสาหกรรมนี้มาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในประเทศอีกด้วย

ตารางที่ 1 สถิติประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนและสร้างรายได้การท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกของโลกในปี พ.ศ.2560

อันดับ/ ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาเยือน (ล้านคน)	อันดับ/ประเทศ	รายได้จากการท่องเที่ยว (พันล้านเหรียญสหรัฐ)
1.ฝรั่งเศส	86.9	1.สหรัฐ	210.7
2.สเปน	81.8	2.สเปน	68
3.สหรัฐ	75.9	3.ฝรั่งเศส	60.7
4.จีน	60.7	4.ไทย	57.7
5.อิตาลี	58.3	5.อังกฤษ	51.2
6.เม็กซิโก	39.3	6.อิตาลี	44.2

7.อังกฤษ	37.7	7.ออสเตรเลีย	41.7
8.ตุรกี	37.6	8.เยอรมนี	39.8
9.เยอรมนี	37.5	9.มาเก๊า(จีน)	35.6
10.ไทย	35.4	10.ญี่ปุ่น	34.1

ที่มา : United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Online, 2018

จากการพัฒนาด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่าได้มีการส่งเสริมในประเด็นการเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจเพียงมิติเดียวเท่านั้น ทำให้ถึงแม้จะเกิดความสามารถในการดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนอกประเทศเพิ่มมากขึ้นและมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ก็ยังพบถึงปัญหาการกระจุกตัวในเมืองหลักและก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มากขึ้นในบางพื้นที่จนเกินความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ส่งผลกระทบให้การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นไม่มีความยั่งยืน และสูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ไปในที่สุด (สุภาวิณี ทรงพรพาณิชย์, 2557) อย่างไรก็ตามจากข้อมูลสถิติโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแสดงให้เห็นถึงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันและจำนวนวันพักโดยเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ในปี 2556 ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพที่ดีขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถและความเต็มใจใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ยังไม่สามารถระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวและจำนวนวันพักเฉลี่ยให้เกิดความแน่นอนได้ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคการท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน (กฤษฎา กาญจนาลัย, 2561)

เมื่อมองย้อนกลับในอดีตจะสังเกตเห็นถึงแผนและกลยุทธ์ของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในลักษณะการมุ่งเป้าหมายการวัดความสำเร็จด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปที่ปริมาณของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวทำให้ในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เริ่มมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงแผนและกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกันระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) โดยจากการค้นคว้าโครงการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าได้มีการศึกษาถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้ง 3 องค์ประกอบสำคัญที่จะส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังพื้นที่ของตนได้อย่างยั่งยืนตามแนวคิด 3As โดย Collier and Harraway ในปี 1987 อันประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และความสามารถของการเข้าถึง (Accessibility) ส่งผลต่อการกำหนดแผนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้สามารถครอบคลุม 3 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวมาในข้างต้น โดยได้มีแผนในการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพมากยิ่งขึ้นและเน้นไปที่การเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว

ผนวกกับการดำเนินนโยบายเร่งแก้ไขปัญหาความยากจนให้กับคนไทยทั้งประเทศตามนโยบายมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนของประเทศไทย โดยเน้นประเด็นในเรื่องของการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ต่อมาจึงก่อให้เกิดวางแผนการตลาดให้การท่องเที่ยวไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืนและการกระจายตัวไปสู่เมืองรองผ่านการรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยที่สามารถส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) พร้อมทั้งเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมาได้เริ่มมีแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งเป้าไปที่การเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านแคมเปญปีท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (Amazing Thailand Tourism Year 2018) โดยวางแผนให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งได้มีการเน้นย้ำในเรื่องของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำลังซื้อสูง ยิ่งขึ้นในปี พ.ศ.2564 เพื่อตอบโจทย์ปี 2566 ที่ต้องมีรายได้ 80% ของปี 2562 แต่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 50% ของปี 2562 (ยุทธศักดิ์ สุภสร ,2564)

จากปรากฏการณ์ที่น่าสนใจของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยอันได้กล่าวถึงในข้างต้น ส่งผลให้ทางผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประเด็นปัญหาของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศให้เกิดความยั่งยืนผ่านการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถและความเต็มใจในการใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยวในประเทศ งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองเพื่อที่จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองของประเทศไทยให้เกิดการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายและการพักค้างต่อไปในอนาคต อีกทั้งก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากเมืองหลักไปสู่ท้องถิ่นในจังหวัดเมืองรอง โดยมีการตั้งเป้าในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นด้านการท่องเที่ยว ในปี 2565 ไว้ว่าจะต้องทำการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรองให้เกิดการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักต่อเมืองรอง ให้บรรลุเป้าหมายที่ร้อยละ 80 : 20 ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องไปสู่การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำของกลุ่มจังหวัดเมืองรองในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

1.2 คำถามงานวิจัย

1. องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวด้านใดบ้าง ที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย
2. สิ่งใดมีผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทยมากกว่ากัน ระหว่างคุณภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดและสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อเปรียบเทียบกับ ปริมาณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3 สมมุติฐานในงานวิจัย

1. องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ส่งผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรอง มากกว่าความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
2. คุณภาพของสิ่งดึงดูดและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก

1.4 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองรองในประเทศไทย
2. วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับมูลค่าการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้าง

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

55 จังหวัดเมืองรองตามรายชื่อตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยจากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและภาครัฐได้ประกาศรายชื่อโดยมีการคัดเลือกมาจากการดูจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2561 และสังเคราะห์จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปน้อย ปีละไม่ถึง 4 ล้านคน ซึ่งจะสามารถจำแนกเมืองรองโดยแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้

- ภาคเหนือ ได้แก่ แม่ฮ่องสอน, เชียงราย, พะเยา, ลำพูน, ลำปาง, แพร่, น่าน, อุตรดิตถ์
- ภาคกลาง ได้แก่ สุโขทัย, พิษณุโลก, กำแพงเพชร, เพชรบูรณ์, พิจิตร, นครสวรรค์, อุทัยธานี, ชัยนาท, ลพบุรี, สุพรรณบุรี, อ่างทอง, สิงห์บุรี, สมุทรสงคราม, นครนายก
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เลย, ชัยภูมิ, หนองบัวลำภู, หนองคาย, อุตรดิตถ์, บึงกาฬ, สกลนคร, นครพนม, กาฬสินธุ์, มุกดาหาร, มหาสารคาม, ร้อยเอ็ด, ยโสธร, อำนาจเจริญ, บุรีรัมย์, สุรินทร์, ศรีสะเกษ, อุบลราชธานี
- ภาคตะวันออก ได้แก่ ปราจีนบุรี, สระแก้ว, จันทบุรี, ตราด
- ภาคตะวันตก ได้แก่ ตาก, ราชบุรี
- ภาคใต้ ได้แก่ ระนอง, ชุมพร, นครศรีธรรมราช, ตรัง, พัทลุง, สตูล, ปัตตานี, ยะลา, นราธิวาส

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยว โดยกำหนดขอบเขตเชิงเนื้อหาอ้างอิงตามทฤษฎีองค์ประกอบสำคัญด้านการท่องเที่ยว 3 ประการ หรือ 3As ประกอบไปด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

โดยจะทำการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ผ่านการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บในฐานข้อมูลโดยหน่วยงานในประเทศไทย ปี 2558 - 2562

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย
2. ใช้เป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้าง

1.7 นิยามศัพท์

1. องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ ในงานวิจัยชิ้นนี้จะนำแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3As (Collier and Harraway,1997) มาใช้ในการกำหนดขอบเขตเชิงเนื้อหา ประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
2. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งในด้านจำนวน ความหลากหลาย และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนทั้งที่พัก ร้านอาหารและร้านอาหาร ซึ่งจะมีส่วนในการช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงและความสามารถในการคมนาคมไปยังพื้นที่ ทั้งการคมนาคมทางบกและทางอากาศ
5. นักท่องเที่ยวคุณภาพ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในการจับจ่ายหรืออาจกล่าวได้ว่ามีความเต็มใจจ่ายสินค้าทางการท่องเที่ยวและมีการพักค้างหรือการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวยาวนานกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป อีกทั้งยังมีคุณลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงจิตวิทยาที่มีความรับผิดชอบต่อการไม่กระทำการอันใดที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการขึ้นขอรับการท่องเที่ยวในรูปแบบเสพประสบการณ์วิถีชีวิตของชุมชนและสินค้าท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะอ้างอิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพในด้านศักยภาพการจับจ่ายและการพักค้างเป็นหลัก

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี รวมถึงเอกสารงานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสร้างฐานความรู้ในประเด็นการวิจัยดังกล่าว สามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยของงานวิจัยฉบับนี้ได้ อย่างเหมาะสม โดยจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยว
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาในประเทศไทย
3. แนวคิดนักท่องเที่ยวคุณภาพ
4. แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยว

หัวข้อที่ 2.1 แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยว เป็นหัวข้อที่จะอธิบายถึงความเข้าใจพื้นฐาน ทั้งในประเด็นการกำหนดนิยามความหมายของการท่องเที่ยว บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว รวมถึงไปถึงประเภทของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดแตกต่างกันในแต่ละเอกสารวิชาการ โดยจะมีรายละเอียดของการศึกษาดังนี้

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในอดีตได้มีกล่าวถึงกิจกรรมของมนุษย์ในรูปแบบหนึ่งที่มีลักษณะในการเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์โดยส่วนใหญ่ในการแสวงหาที่แหล่งที่อยู่อาศัย การติดต่อเพื่อการค้าขาย รวมถึงการเดินทางเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ทางไมตรี เป็นต้น ภายหลังจากมาจนถึงปัจจุบันได้เกิดวิวัฒนาการของรูปแบบการเดินทางเคลื่อนที่ของมนุษย์เพื่อวัตถุประสงค์ในมิติที่หลากหลายขึ้น ทั้งการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนเครือญาติหรือการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจโดยจะนิยมระบุถึงการเดินทางในลักษณะดังกล่าวด้วยคำว่า **การท่องเที่ยว** (ปรียพรรณ มูลประเสริฐ,2556) อย่างไรก็ตามแม้ผู้คนโดยส่วนใหญ่จะนิยมการระบุถึงคำว่า **การท่องเที่ยว** ในลักษณะของการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจแล้วนั้น แต่ด้วยความหลากหลายของยุคสมัยและวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ทำให้ผู้วิจัยได้มีความสนใจในการรวบรวมและศึกษาการกำหนดนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวที่ผ่านมา โดยจะมีการกำหนดนิยามที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้

องค์การสหประชาชาติ หรือที่รู้จักในนาม United Nations (1963) ได้มีการกล่าวถึงคำจำกัดความของการท่องเที่ยวผ่านการจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่ถูกจัดขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวไว้ว่าการเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร

ภายหลังได้มีการเพิ่มเติมในการกำหนดนิยามในเงื่อนไขของระยะเวลาและระยะทางของการเดินทางท่องเที่ยวจากองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เป็นการเดินทางในระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากบ้าน เดินทางด้วยจุดประสงค์ความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

วรรณ วลัยวานิช (2539) ได้ระบุถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่าง ประเทศการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยววันนี้สามารถสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรกต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สองต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจและประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดก็ได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้มีกล่าวถึงเพิ่มเติมในวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่อยู่ภายใต้นิยามการท่องเที่ยวว่าเป็นการกล่าวอย่างครอบคลุมในรูปแบบการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ได้มีการให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็น การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยได้ตั้งเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นต้องเป็นการเดินทางชั่วคราวและผู้เดินทางไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

รวมไปถึง รัฐชญา มณีเนตร (2552) ที่ได้มีการให้นิยามของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ ซึ่งเหตุผลในการเดินทางต้องมีใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยได้มีการยกตัวอย่างของวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวไว้ อาทิ การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

จากการรวบรวมและศึกษาถึงการกำหนดนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปความหมายได้ดังต่อไปนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเคลื่อนย้ายของบุคคลจากสถานที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งโดยการไปยังจุดหมายปลายทางนั้นจะเป็นการใช้เวลาเพียงชั่วคราว อีกทั้งยังต้องเป็นการเดินทางที่เกิดจากความสมัครใจของผู้เดินทาง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางโดยส่วนใหญ่จะนิยมเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน และการเดินทางเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยเงื่อนไขที่สำคัญของนิยามคือการท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.1.2 บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและ การเมืองเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจที่หลากหลายประเภทที่มีส่วนในการขับเคลื่อนรายได้ให้หมุนเวียน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น หากจะอธิบายถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมทั้ง 3 มิติโดยสรุปจะสามารถอธิบายถึงบทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศได้ดังต่อไปนี้

- การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดแหล่งรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ อีกทั้งในส่วนที่เกินดุลก็จะเป็นส่วนที่เข้าไปแก้ไขและเติมดุลให้กับอุตสาหกรรมด้านอื่นๆในประเทศที่ยังคงขาดดุล
- การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเกิดขึ้นของการลงทุนในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจอาหาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลทำให้เศรษฐกิจในประเทศเกิดการขยายตัว และต่อเนื่องไปสู่การกระตุ้นให้เกิดอัตราการจ้างงานที่สูงขึ้นตามกันมา
- การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงทำให้อุตสาหกรรมประเภทนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เหตุด้วยทรัพยากรที่นำมาเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว นั้นเป็นทรัพยากรในด้านความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงมรดกทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น
- การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นการอนุรักษ์รักษาและฟื้นฟูทรัพยากรดั้งเดิมที่มีศักยภาพในการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว อีกทั้งในบางครั้งยังก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆที่สามารถสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่พื้นที่ทั้งในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
- ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันของนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นให้เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมในวงกว้างพร้อมทั้งยังมีบทบาทในการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นได้มีการตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนว่ามีความสำคัญและสามารถนำมาต่อยอดในการสร้างงานสร้างอาชีพต่อไปได้ในอนาคต
- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมให้แก่ท้องถิ่นทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นเศรษฐกิจระดับรากหญ้ามีความเข้มแข็งมากขึ้น ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำจากเมืองท่องเที่ยวหลัก ให้สามารถส่งผ่านรายได้จนถึงชุมชนท้องถิ่นที่ยังแฝงตัวอยู่ในบางพื้นที่

2.1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ถูกจำแนกแตกต่างกันไปตามมุมมองของแต่ละหน่วยงาน โดยจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาจะพบได้ถึงลักษณะของการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มักนิยมนำมาอ้างอิงอยู่ 2 ลักษณะ ในลักษณะแรกนั้นจะเป็นการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางและในลักษณะที่สองจะเป็นการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง โดยจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้าเกิง โถงเงินและคณะ (2550) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวไว้ 7 ประเภทด้วยกัน ซึ่งมุ่งจำแนกตามประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากจุดหมายปลายทาง โดยมีรายละเอียดในการจำแนกประกอบไปด้วย

- การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นประเภทการเดินทางท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของผู้คนที่แตกต่างกันทางเชื้อชาติหรือเผ่าพันธุ์ รวมไปถึงจนถึงการท่องเที่ยวกลับไปเพื่อแสวงประสบการณ์ในการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆของบ้านเกิด
- การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไปสัมผัสวิถีชีวิต มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและอาหารถิ่นที่มีความดั้งเดิม
- การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเสพกลิ่นอายของประวัติศาสตร์ความเป็นมาในแต่ละเหตุการณ์สำคัญของยุคสมัย โดยแหล่งท่องเที่ยวของรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวจะนิยมเป็นพิพิธภัณฑสถาน อนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร และวัด
- การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวผ่านสิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและรู้สึกถึงการกลับคืนสู่ธรรมชาติ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวจะนิยมเป็นการถ่ายภาพการเดินทางในป่าเขา การปีนเขา การล่องเรือ รวมไปถึงการตั้งแคมป์

- การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก โดยจะรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวจะตามแต่ความชื่นชอบในแต่ละบุคคล อาทิ กิจกรรมเดินชายหาด กิจกรรมเล่นกอล์ฟ กิจกรรมเล่นเทนนิส เป็นต้น
- การเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นของกิจกรรมคือมีการประชุม การพบปะทางธุรกิจ การสัมมนา ซึ่งนอกเหนือจากกิจกรรมดังกล่าวก็จะมีการนำมาผสมผสานกับการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆร่วมด้วย อาทิ การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ การท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษที่จะมีลักษณะของการท่องเที่ยวที่ได้รับโชครมาจากการถูกรางวัล ซึ่งหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบในการให้รางวัลนั้นจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมด

นอกจากนั้นในประเด็นที่สองของรายละเอียดการจำแนกประเภทการท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพของทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทางนั้น จะรวมไปถึงทรัพยากรที่ทั้งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่อยู่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้และอยู่ในลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสัมผัสได้ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ได้มีการอธิบายถึงรายละเอียดการจำแนกตามลักษณะดังกล่าวไว้ 12 ประเภท ประกอบไปด้วย

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการนำเสนอเอกลักษณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติเฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวจะมีรูปแบบกระบวนการเรียนรู้ในการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับคนในชุมชนเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
- แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวที่มีเทรนด์การท่องเที่ยวและความชื่นชอบของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย อาทิ พิพิธภัณฑ์เฉพาะ

ทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา อาทิ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ(Natural Attraction) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Special Environmental Features)
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิงและการศึกษาหาความรู้ อาทิ ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา
- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) แหล่งท่องเที่ยวที่มีการเผยแพร่คุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ เป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในรูปแบบหนึ่งที่ถูกจำแนกออกมาเป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหลักเพื่อจะสามารถกำหนดแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้ อย่างชัดเจนเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ
- แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) แหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนำชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมา

เยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด การเล่นกีฬาทางน้ำ เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ถูกจำแนกออกมาโดยมีลักษณะพิเศษคือมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อนรับประทานอาหาร การเดินสำรวจ การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ถูกจำแนกออกมาโดยมีลักษณะพิเศษคือมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อย การศึกษาวิวัฒนาการด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ถูกกล่าวถึงอย่างครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้าง และต้องการการอนุรักษ์รักษาที่แตกต่างกันออกไปจึงได้มีการจำแนกแหล่งท่องเที่ยวประเภทดังกล่าว โดยจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในเรื่องของความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติที่สูง เนื่องจากลักษณะของภูมิฐานเป็นเกาะที่ถูกล้อมรอบด้วยทะเล
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ถูกจำแนกออกมาโดยมีลักษณะพิเศษคือมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืช เป็นต้น

จากการจำแนกประเภทการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวในทั้งสองลักษณะจะสังเกตได้ว่าการกล่าวถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ทับซ้อนกันอยู่ในหลายหัวข้อและมีการกำหนดเงื่อนไขรวมถึงมีข้อซ้อนของการแบ่งประเภทมากเกินไป

ภายหลังการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นการจำแนกที่ผสมผสานลักษณะของประสบการณ์

การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากจุดหมายปลายทางและการจำแนกตามสภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ซึ่งเป็นการจำแนกประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและมีความครอบคลุมเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าการจำแนกในลักษณะอื่นๆที่กล่าวมาในข้างต้น โดยรายละเอียดของการจำแนกประเภทดังกล่าวนั้นถูกจำแนกภายใต้โครงการประกาศรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นรางวัลที่จะรับรองคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความยั่งยืนและสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) ซึ่งการจำแนกนี้ถูกริเริ่มมาตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2539 และลักษณะของการจำแนกดังกล่าวยังคงถูกหยิบยกมาใช้จนถึงปัจจุบัน โดยในการจำแนกรางวัลในด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ได้ถูกจำแนกออกเป็น 6 ประเภท ประกอบไปด้วย

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Learning & Doing) เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เน้นส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรม workshop เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature & Park) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางบกหรือทางทะเลที่มีความเป็นธรรมชาติและเปิดให้สาธารณชนเข้ามาใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน หรือสัมผัสเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติหรือระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ เช่น อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเลวนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแหล่งน้ำลำธาร ถ้ำ น้ำตก ทะเลสาบ น้ำพุร้อน แหล่งโบราณคดีวิทยา ป่าชายเลน เกาะชายหาดแนวปะการัง ธรรมชาติในท้องทะเล เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง (Fun & Entertainment) เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรม เน้นการให้ความบันเทิงหรือความสนุกสนานแก่นักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก สวนน้ำ การแสดง เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Historical & Culture) เป็นการท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนสถาน และอาจรวมถึงสถานที่ที่มีการจัดตกแต่งหรือรวบรวมงานด้านศิลปะหรือวัฒนธรรมของประเทศหรือของท้องถิ่น เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี อนุสาวรีย์ กำแพงเมือง คูเมือง เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวชุมชน (Local & Community) ชุมชนในเขตเมืองหรือชุมชนในท้องถิ่นที่เปิดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเพื่อจะได้สัมผัสเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตหรืออัตลักษณ์ของชุมชน เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชน เป็นต้น

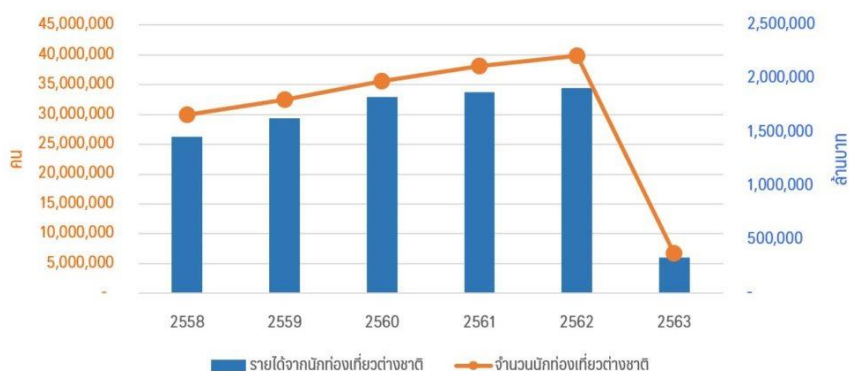
2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาในประเทศไทย

2.2.1 การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแปรผกผันกับรายได้การท่องเที่ยว

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในเรื่องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในปี พ.ศ.2503 ที่ได้มีการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ซึ่งได้มีการยกระดับเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2522 ให้เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการดูแลรับผิดชอบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้นเพื่อสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในประเทศ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมมีความเกี่ยวข้องและความเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจหลากหลายประเภททั้งในทางตรงและทางอ้อม อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว(นันทนาการ) และ ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ สถานที่พักตากอากาศ เป็นต้น (วินิจ,2532) ทำให้อุตสาหกรรมประเภทนี้จึงได้รับการยอมรับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านการสร้างแหล่งรายได้และการก่อให้เกิดอัตราการเพิ่มขึ้นของการจ้างงานและสร้างอาชีพ อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่การสร้างภาพลักษณ์การรับรู้ภายในประเทศของตนออกสู่สายตาประเทศภายนอก

จากในอดีตที่ผ่านมาการท่องเที่ยวไทยได้มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศมาอย่างต่อเนื่องทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหนึ่งที่ได้รับความนิยมจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของต่างชาติ (สันติ ชูดิษฐา,2560) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีส่งผลต่อเนื่องให้ที่ผ่านมานั้นประเทศไทยมีการพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก ซึ่งผลลัพธ์ของการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยนั้นมีความโดดเด่นในช่วงปี พ.ศ.2558 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 29,923,185 คน และในปี พ.ศ.2560 จำนวน 35,381,210 คน หรือมีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 18 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดและสามารถสร้างรายได้เข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นจำนวนมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)



ภาพที่ 1 รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560
ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564

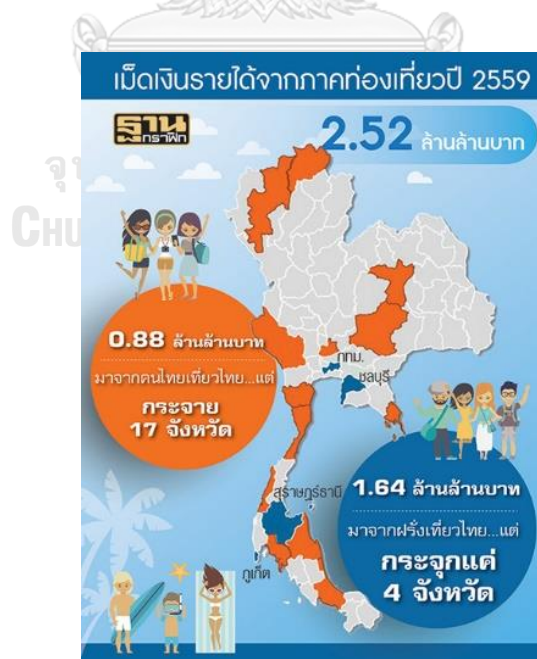
อย่างไรก็ดีเมื่อได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างอัตราการเติบโตของจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้จากการท่องเที่ยวที่ประเทศได้รับในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2558-2562) พบว่าอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการขยายตัวกว่า 8% ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวขยายตัวเพียง 2% ต่อปีเท่านั้น ซึ่งจากหลักฐานที่ว่าประเทศไทยได้มีการประสบปัญหาของการดึงดูดค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวได้ในระดับต่ำนั้นอาจสร้างความเสี่ยงให้กับรายได้ภาคท่องเที่ยวของไทยในอนาคต เนื่องจากผลการวิเคราะห์ภาพรวมของการท่องเที่ยวทั่วโลกโดย World Tourism Organization (UNWTO) พบว่าในระยะข้างหน้าคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวชะลอลงและต้องพบกับภาวะการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศคู่แข่งที่ทวีความรุนแรงขึ้น โดยภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โอเชียเนีย แอฟริกาเหนือ และ เอเชียใต้ ในขณะที่ภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรปตะวันตก และแคริบเบียน ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนาและมีการพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาโดยตลอดนั้นจะเป็นไปได้ยากที่จะมุ่งหวังให้เกิดการเติบโตของรายได้ที่พึ่งพาการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเหมือนในอดีต (ณัฐภักดิ์ นิธิประภา, 2564)

2.2.2 ปัญหาความเหลื่อมล้ำและข้อจำกัดของความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

จากการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แปรผกผันกับการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวแล้วนั้นยังพบถึงปัญหาที่ตามมาจากการเข้ามาของปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ 2 ประเด็นหลัก ในประเด็นแรกคือการเกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่จังหวัดในกลุ่ม

เมืองหลัก กล่าวคือกลุ่มเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมและชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวจนทำให้รายได้การท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆมีรายได้การท่องเที่ยวที่สูงอย่างโดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นๆโดยรอบพร้อมทั้งเกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในปริมาณมากในพื้นที่

โดยเมื่อนำโครงสร้างรายได้การท่องเที่ยวใน ปี 2559 มาศึกษาจะพบว่ากว่า 80% ของเม็ดเงินจากภาคท่องเที่ยวจำนวน 2.52 ล้านล้านบาท กระจุกอยู่ใน 17 จังหวัดซึ่งจะครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯและหัวเมืองหลักของแต่ละภูมิภาค โดยแหล่งรายได้ 2 ใน 3 เกิดจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นตลาดจีนกว่า 30% ยิ่งไปกว่านั้นคือมีการกระจุกตัวของรายได้เพียง 4 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี และสุราษฎร์ธานี เท่านั้น (ศุนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ,2559) นอกจากนั้นการกระจุกตัวของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยวแล้วนั้นยังพบว่าเกิดปัญหาของการการกระจุกตัวในเชิงสัญชาติ (Country of Residence) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวจากจีน อาเซียน และยุโรป ซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณของนักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวกว่าร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด การที่ประเทศไทยมีลักษณะของการกระจุกตัวในเชิงสัญชาติของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นจะก่อให้เกิดปัญหาการพึ่งพารายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาติใดชาติหนึ่งมากเกินไป โดยจะเกิดความเสี่ยงคือเมื่อเกิดเหตุการณ์เชิงลบขึ้นกับประเทศนั้น ๆ ก็จะมีผลกระทบต่อรายได้ภาคท่องเที่ยวของไทยมาก (ณิชากัทร สุรวัฒนานนท์,2562)



ภาพที่ 2 การกระจุกตัวของรายได้การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559

ที่มา : ศุนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ,2559

ในประเด็นที่สองของผลกระทบที่เกิดต่อเนื่องมาจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่นั้นก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มากขึ้นและเกิดปัญหาของการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มากขึ้นจนเกินความสามารถในการรองรับในระยะยาว (Carrying capacity) ผลที่ตามมาคือความเสื่อมโทรมและอาจเสียความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่นๆไป ในที่สุดจากความเสียหายในครั้งนี้นี้ ไม่เพียงเท่านั้นอีกนัยยะหนึ่งที่เกิดเหตุการณ์ในลักษณะนี้เนื่องด้วยประเทศไทยไม่ได้เตรียมยุทธศาสตร์หรือทิศทางที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากการดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในปริมาณมากและใช้สิ่งนี้เป็นตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวว่าเป็นความสำเร็จของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ตลาดการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มเข้าสู่การเป็นท่องเที่ยวมวลชน หรือ Mass Tourism ซึ่งขัดกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีลักษณะของพื้นที่ที่จำกัดและศิลปวัฒนธรรมที่ต้องใช้เวลาในการดื่มด่ำจึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนไม่มากนัก แสดงให้เห็นว่าการที่ตลาดการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มเข้าสู่รูปแบบการท่องเที่ยวมวลชนนั้นก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี อาทิ ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหามลพิษและขยะมูลฝอย เป็นต้น (สุภาวิณี ทรงพร วาณิชย์, 2557)



ภาพที่ 3 ปัญหาขยะล้นชายหาดเกาะกระดาน จ.ตรัง

ที่มา : มติชนออนไลน์, 2560

2.2.3 การส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เล็งเห็นถึงปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ในปี พ.ศ. 2560 ได้มีการปรับทิศทางของแผนการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของปริมาณและรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวไปยังกลุ่มชุมชนในระดับท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึงผ่านแคมเปญชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต หรือ Amazing Thailand Go Local ซึ่งมีเป้าหมายในการนำเสนอวิถีไทยผ่านการส่งเสริมประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและสามารถเพิ่มคุณค่าหรือสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย และเพิ่มโอกาสในการกระจายนักท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ไปยังกลุ่มจังหวัดเมืองรองหรือกลุ่มจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี เพื่อเพิ่มการใช้จ่ายใช้สอยภายในท้องถิ่น สร้างรายได้และเป็นการสร้างงานให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศ โดยมุ่งหวังที่จะปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติในพื้นที่เมืองหลักต่อเมืองรอง จาก 70 : 30 เป็น 65 : 35 ในปี 2561 อีกทั้งกระจายโอกาสในเชิงรายได้จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่เศรษฐกิจฐานรากไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท ซึ่งจะมีรายละเอียดของแผนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 7 กิจกรรมในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวครอบคลุมทั้งฝั่งนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ดังต่อไปนี้ (ธุรกิจท่องเที่ยว, 2561)

- กิจกรรม enjoy local เที่ยวชุมชนได้ลุ้นได้แต้ม เป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้จ่ายและท่องเที่ยวในชุมชนและเมืองรอง อาทิ การใช้ e-Coupon และการสะสมแต้ม (TAT point) ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อใช้เป็นส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าและบริการตลอดเส้นทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนและเมืองรอง
- กิจกรรมการสัมมนาเครือข่าย SET in the local เพื่อเตรียมพร้อมและกระตุ้นให้เกิดกลุ่มตลาด MICE จัดประชุม สัมมนาและกิจกรรม CSR ในชุมชนและเมืองรอง โดยเน้นการเดินทางในวันธรรมดา พร้อมทั้งประสานกับหน่วยงานที่ต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่ชุมชน เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การนิคมอุตสาหกรรมฯ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฯ เป็นต้น โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มองค์กรและเยาวชน
- การเชื่อมโยงเครือข่าย Local Link ซึ่งจะเน้นในการสร้างความร่วมมือของแหล่งท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่ายให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ จากการเสนอขายการนำเที่ยวมายังกลุ่มจังหวัดในเมืองรอง อีกทั้งทำการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมในเมืองรองให้เกิดความผสมผสานใน

หลากหลายรูปแบบพร้อมตอบรับกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ซึ่งจะมีการแบ่งรูปแบบของเส้นทางการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบที่เป็นการออกแบบการเดินทางด้วยตัวเองประกอบไปด้วย เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเมืองหลักและเมืองรอง(Additional) เส้นทางท่องเที่ยว 55 เมืองรอง(Brand New) และเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างเมืองรองและเมืองรอง(Combination)

- กิจกรรมการประชาสัมพันธ์อาหารถิ่น eat local หรือ localicious ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น พร้อมร่วมกับพันธมิตรส่งเสริมให้มีการขายรายการนำเที่ยวประเภท local food tours การเยี่ยมชมแหล่งผลิตและแหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร
- การสนับสนุนในการจัดกิจกรรม community events โดยเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น(our local) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าท้องถิ่น รวมไปถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่นอีกด้วย
- กิจกรรม Mobile Clinic เพื่อการพัฒนาคน สร้างเสริมความเข้มแข็ง ของชุมชน จากองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางภูมิทัศน์ และการแข่งขันในอนาคต (Digital Age) ภายใต้ชื่อกระบวนการ Local Heroes - Towards GSTC (Global Sustainable Tourism Council) และ B2D (Business to Digital) พร้อมทั้งสนับสนุนวิทยากร นักวิชาการ ศิลปิน ผู้มีชื่อเสียง ผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและแนะนำแหล่งทุน
- สร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการกับภาครัฐและเอกชน (local strength) สร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทาน และสินค้าพร้อมขาย พัฒนาเรื่องการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว (Travel Tech & Start-up Business in Services) เพื่อส่งเสริมการเข้าเมืองรอง

กิจกรรม “Amazing Thailand Go Local : เกี่ยวข้องกับไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” ของ กกท.



ภาพที่ 4 แคมเปญ Amazing Thailand Go Local กระตุ้นรายได้ท่องเที่ยว 55 เมืองรอง
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561

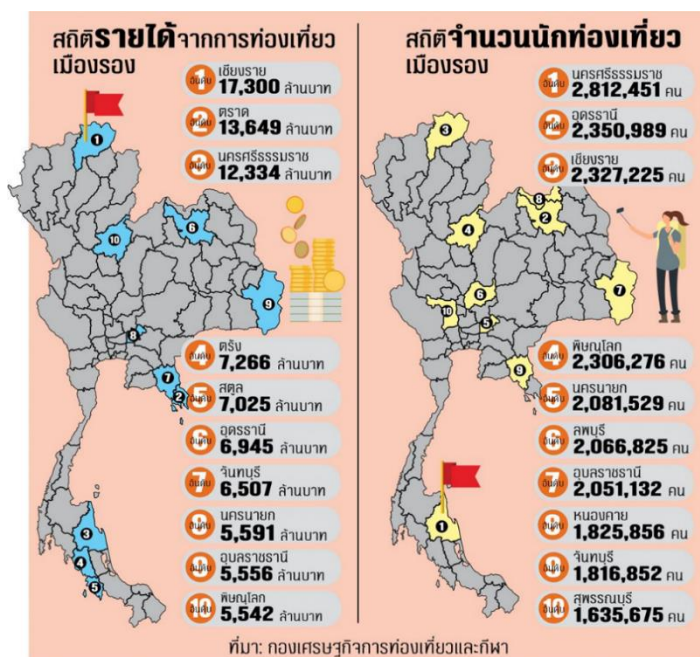
ผลลัพธ์ที่ได้จากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองตั้งแต่การลดหย่อนภาษีให้นักท่องเที่ยว การยกเว้นภาษีกรณีจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดเมืองรอง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรองต่างๆ มีผลให้นักท่องเที่ยวขยายตัวจากปี 2554 ที่มีจำนวน 50 ล้านคน เป็น 90 ล้านคนในปี 2561 โดยมีรายละเอียดของอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองในรอบปี พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.96 และอัตราการเติบโตของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.43

รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรอง				จำนวนนักท่องเที่ยวของเมืองรอง			
อันดับ	จังหวัดที่มีรายได้สูงสุด	รายได้จาก นกท.ทั้งหมด รายได้ในปี 61 (ล้านบาท)	ขยายตัว (%)	อันดับ	จังหวัดที่มี นกท.สูงสุด	จำนวน นกท.ทั้งหมด (คน) จำนวน นกท.ในปี 61 (คน)	ขยายตัว (%)
1	เชียงราย	28,548.4	+9.57	1	นครศรีธรรมราช	3,972,748	+7.23
2	ตราด	19,126.2	+9.30	2	อุดรธานี	3,726,286	+4.05
3	นครศรีธรรมราช	17,136.5	+9.79	3	เชียงราย	3,632,245	+5.52
4	อุดรธานี	10,786.7	+9.04	4	ลพบุรี	3,576,382	+6.58
5	ตรัง	9,916.3	+9.84	5	พิษณุโลก	3,338,434	+3.53
อันดับ	จังหวัดที่มีรายได้ขยายตัวสูงสุด	รายได้จาก นกท.ทั้งหมด รายได้ในปี 61 (ล้านบาท)	ขยายตัว (%)	อันดับ	จังหวัดที่มี นกท.ขยายตัวสูงสุด	จำนวน นกท.ทั้งหมด (คน) จำนวน นกท.ในปี 61 (คน)	ขยายตัว (%)
1	บุรีรัมย์	4,247.0	+55.04	1	บุรีรัมย์	2,014,791	+21.02
2	ราชบุรี	3,026.1	+13.09	2	ราชบุรี	2,252,705	+7.65
3	สุรินทร์	4,197.7	+12.58	3	สุรินทร์	1,385,204	+7.44
4	พิจิตร	9,101.5	+11.42	4	พิจิตร	1,684,560	+7.34
5	นครศรีธรรมราช	4,203.0	+11.37	5	นครศรีธรรมราช	3,338,434	+7.23

ภาพที่ 5 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว 5 อันดับในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2561
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561

ทั้งนี้จากสถิติการขยายตัวของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยวจากภาพที่ 5 นั้นจะสังเกตได้ว่า จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นทั้งด้านการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว เหตุเพราะในจังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการจัดงาน Moto GP Thailand 2018 งานแข่งขันจักรยานยนต์ชิงแชมป์โลกที่ถูกจัดขึ้นใน ปี 2561 และเกิดปรากฏการณ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมการแข่งขันมากกว่า 205,000 คน จนก่อให้เกิดรายได้ในจังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดใกล้เคียงมากกว่า 3,100 ล้านบาท อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเกิดอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวและรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง แต่จากการตรวจสอบในประเด็นของผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภาพการดำเนินงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชน โดยสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน หรือ สตง. ได้มีการเปิดเผยถึงข้อเท็จจริงและข้อจำกัดที่สำคัญบางประการที่ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนยังไม่เกิดผลสัมฤทธิ์และไม่มีประสิทธิภาพอยู่ด้วยกัน 3 ประการ (สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน,2563) ประกอบไปด้วย

- ประการแรก คือ แม้ว่าภาพรวมของรายได้การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรองจะเพิ่มขึ้น แต่ยังคงพบปัญหาการมีอัตราเพิ่มกระจุกตัวในบางจังหวัด เช่น จ.บุรีรัมย์ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 64.49 ซึ่งหากวิเคราะห์กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีรายได้สูง 11 จังหวัดแรกรวมกันจะมีจำนวนรายได้การท่องเที่ยวรวมถึงร้อยละ 50.42 ของรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองทั้งหมด ในขณะที่จังหวัดเมืองรองโดยส่วนใหญ่อีก 42 จังหวัดหรือร้อยละ 76.36 ของจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองมีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ในแต่ละจังหวัดไม่ถึงร้อยละ 10.00 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายในภาพรวมของนโยบายการส่งเสริมเมืองรองที่ตั้งต้นไว้ในตอนแรก



ภาพที่ 6 สถิติรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว 10 อันดับในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ปี 2563

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563

- ประการที่สอง คือ แม้ว่าจะมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกจังหวัดเมืองรอง แต่ยังคงพบถึงปัญหากระจุกตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในบางจังหวัด ส่งผลให้จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ใน 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่ จังหวัดพิจิตร จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ถึงร้อยละ 2
- ประการที่สาม คือ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่ผ่านมาไม่ก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้การท่องเที่ยวไปยังชุมชนท้องถิ่น เห็นได้จากการวิเคราะห์สัดส่วนการกระจายรายได้ระหว่างจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองในปี พ.ศ. 2561 ที่เป็นปีแรกภายหลังการประกาศใช้นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ปี 2560 โดยผลของสัดส่วนการกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง อยู่ที่ร้อยละ 70.31 : 29.69 ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากผลการวิเคราะห์ในปี 2556 ที่มีผลการวิเคราะห์ของสัดส่วนการกระจายรายได้ระหว่างจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง อยู่ที่ร้อยละ 90.15 : 9.85 แสดงให้เห็นว่าแม้จะมีการกระจายตัวเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไปยังเมืองรองแต่ผลลัพธ์ในภาพรวมก็ยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวและ

รายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่ในจังหวัด ท่องเที่ยวเมืองหลักเช่นเคย นอกจากนี้ยังพบว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองนั้นไม่มีแผนในการประเมินผลด้านการกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ไปสู่ชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่ให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายตัวและลดปัญหาในด้านความเหลื่อมล้ำของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ไปสู่ชุมชนเท่าที่ควร

จากปัญหาการค้นพบถึงข้อจำกัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนยังไม่เกิดผลสัมฤทธิ์และไม่มีประสิทธิภาพของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน ทั้ง 3 ประการที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้น อาจเป็นผลกระทบที่ต่อเนื่องมาจากรูปแบบการออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรองของภาครัฐ ที่มักจะมีรูปแบบเป็นมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในระยะสั้นที่ถึงแม้จะได้รับผลตอบรับดีในช่วงแรกของการออกโครงการแต่ก็ไม่สามารถมีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวไทยให้เกิดความยั่งยืนได้ ซึ่งจะสามารถยกตัวอย่างมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่มีลักษณะเป็นมาตรการระยะสั้นที่ผ่านมา อาทิ เที่ยวเมืองรองลดหย่อนภาษีไทยเที่ยวไทยไทยยั่งยืน เที่ยวเมืองรองความสุขกำลังสอง เมืองรองต้องไป เมืองรองลงไปแล้วจะรัก เราเที่ยวด้วยกัน 12 เมืองรองต้องห้ามพลาด และ 12 เมืองรองต้องห้ามพลาด Plus เป็นต้น

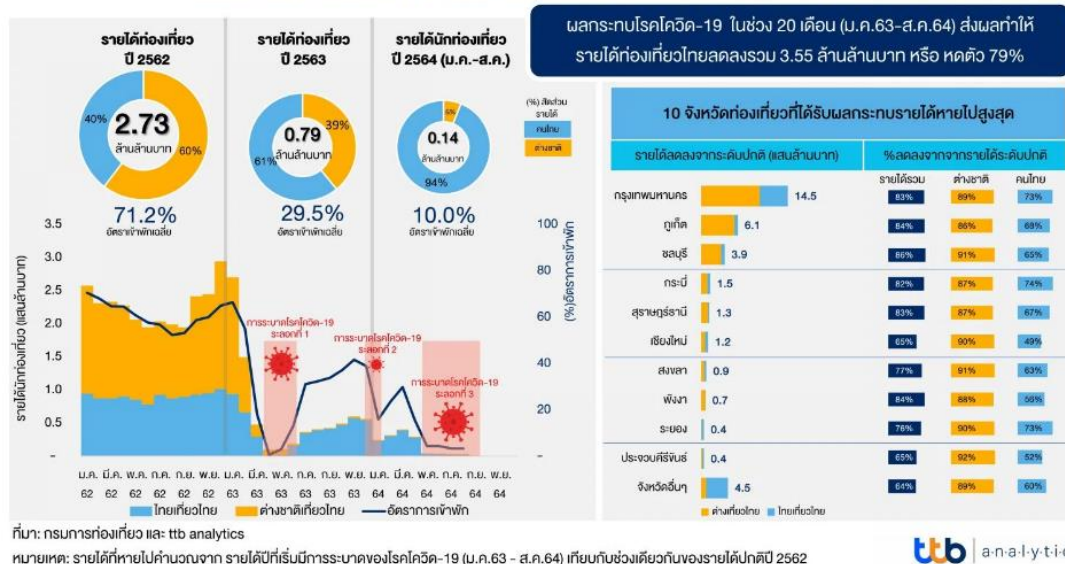


ภาพที่ 7 ตัวอย่างแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดเมืองรอง
ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย, 2565

นอกจากปัญหาของการเกิดการกระจุกตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้การท่องเที่ยวในบางจังหวัดในกลุ่มเมืองรองแล้วนั้น ในช่วงต้นของเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ยังเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาอย่างยาวนานจากการออกมาตรการการปิดประเทศ (Lock Down) จำกัดการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อจำกัดวงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้การท่องเที่ยวไทยในปี 2563 มีการปรับตัวลดลงเหลือ 0.79 ล้านล้านบาทหรือ

หดตัวมากถึง 71% ซึ่งเมื่อนำมาเทียบกับปี 2562 ที่ยังไม่มีการแพร่ระบาดจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวไทยรวมอยู่ที่ 2.73 ล้านล้านบาท (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2564)

ผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย



ภาพที่ 8 ผลกระทบการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว และ ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2564

2.2.4 มุ่งสู่กลยุทธ์การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ

ภายหลังจากการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจทั่วโลกต้องหยุดชะงัก ไม่เว้นแม้กระทั่งในประเทศไทยที่ต้องได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวและต้องสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวไปมากกว่า 3.55 ล้านล้านบาทหรือร้อยละ 79 นับตั้งแต่การแพร่ระบาดช่วงแรกในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2564 เมื่อนำมาเทียบกับระดับรายได้การท่องเที่ยวจากสถานการณ์ปกติในปี พ.ศ. 2562 (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ, 2564) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มวางแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในประเทศ หรือเรียกอีกชื่อว่าแผนฟินิกซ์ ที่ได้มีการริเริ่มขึ้นในปี 2564-2465 โดยมุ่งหวังว่าแผนดังกล่าวจะสามารถพลิกฟื้นภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยการสร้างการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม ซึ่งจะเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพอาหารได้มากกว่าปริมาณของนักท่องเที่ยวอย่างที่ผ่านมา (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2564)

หากจะกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของนโยบาย แผนพัฒนาทั้งในระดับประเทศและระดับภาคที่ถูกปรับเปลี่ยน ซึ่งสาเหตุมาจากผลพวงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มุ่งเน้นในการ

‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ หรือพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพได้นั้น จะสามารถสรุปรายละเอียดเป้าหมายในการพัฒนาของทั้ง 5 นโยบายและแผนพัฒนา อันประกอบไปด้วย ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2564 – 2565) แผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2564-2565) และสุดท้ายคือแคมเปญ Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters (พ.ศ.2565) ซึ่งจะสามารถเห็นถึงรายละเอียดในแต่ละนโยบายและแผนการพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้นใน ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางสรุปนโยบายและแผนพัฒนาระดับภาคและประเทศที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

	นโยบายและแผนการพัฒนา	เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว
1	ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	<p>แผนยุทธศาสตร์ชาติที่ได้มีการวางเป้าหมายในการพัฒนาประเทศในภาพรวมไว้คือการสร้างประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน โดยประกอบไปด้วย 6 ยุทธศาสตร์หลัก หนึ่งในนั้นคือยุทธศาสตร์ที่ว่าด้วยการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีรายละเอียดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ● พัฒนาประเทศให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก ● ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ● ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ผ่านสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น
2	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ อันเป็นผลมาจากสถานการณ์ โควิด-19 (พ.ศ. 2564 – 2565)	<p>แผนแม่บทฉบับนี้เป็นแผนเฉพาะกิจโดยจะใช้กรอบกลุ่มเป็นระยะเวลา 2 ปี (พ.ศ.2564-2565) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการฟื้นฟูและขับเคลื่อนประเทศในวิกฤตการณ์โควิด 19 ให้สามารถ “ ล้มแล้ว ลุกไว หรือ Resilience” โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การที่คนสามารถยังชีพอยู่ได้ มีงานทำ กลุ่มเปราะบางได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง สร้างอาชีพและกระจาย รายได้สู่ท้องถิ่น เศรษฐกิจประเทศฟื้นตัวเข้าสู่ภาวะปกติ และมีการวางรากฐานเพื่อรองรับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ โดยมีประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งในกลุ่มภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป ● ยกกระดับมาตรฐานความปลอดภัยโดยเฉพาะในการสอบสวนโรคและ

		<p>ติดตามกลุ่มเสี่ยงอย่างทั่วถึงและครอบคลุม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ พร้อมทั้งพัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและมุ่งเน้นการใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น พร้อมทั้งเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของเมืองรอง และท้องถิ่นที่มีศักยภาพ เพื่อกระจาย รายได้ไปยังชุมชน และเศรษฐกิจฐานราก ● ปรับรูปแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยว โดยใช้การเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มุ่งเน้นที่เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ และประยุกต์ใช้จุดแข็งของไทยภายใต้เงื่อนไขและบริบทใหม่ของโลก อาทิ การส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยในฐานะประเทศที่ปลอดภัยจากโรคระบาดเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้มีกำลังซื้อสูงและการท่องเที่ยวแบบเที่ยวไปด้วยทำงานไปด้วย ● เพิ่มความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงกับบริการทางการแพทย์และการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อทำการตลาดและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่
3	แผน เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)	<p>เป็นแผนพัฒนาฯ ฉบับแรกที่เริ่มต้นกระบวนการร่างกรอบแผนภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อกำหนดแผนและแผนปฏิบัติการในช่วง 5 ปีที่สองของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีเป้าหมายในการพลิกโฉมประเทศไทยสู่สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน อีกทั้งมีประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวคือการตั้งธงในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งมีการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาไว้ 6 ข้อ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง ● การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว ● การยกระดับบริการและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล ● การพัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ● การปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ และขั้นตอนที่ล่าสมัยและเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจและ การขอใบอนุญาตของผู้ประกอบการรายย่อย ● การพัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นระบบการท่องเที่ยว

		อัจฉริยะที่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และภาครัฐ สามารถเข้าถึงได้ง่าย
4	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2564-2565)	<p>เป็นแผนที่พัฒนามาจากแผนเฉพาะกิจฯ สู่วางกรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องตามแผนแม่บทเฉพาะกิจฯ โดยตั้งวิสัยทัศน์ไว้ว่าเข้มแข็งจากภายใน พื้นตัวอย่างมีความรับผิดชอบ จุดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของภูมิภาค และมีประเด็นในการพัฒนาการท่องเที่ยว 5 ประเด็น ประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้ผลิต และขายสินค้า บริการ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพร้อมรับและปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ● การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับปรุงปัจจัยเอื้อ ให้สนับสนุนต่อการฟื้นตัวและเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ● การพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ● ปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านการตลาด ● การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5	แคมเปญ Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters (พ.ศ.2565)	<p>เป็นแคมเปญที่มุ่งเปลี่ยนแปลงให้การพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปสู่ความยั่งยืน ส่งมอบความสุข ความปลอดภัย บนพื้นฐานความเป็นไทยที่สร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง ด้วยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนในการฟื้นฟูประเทศไทยด้วยการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้ประเทศสามารถ “ลุกเร็ว ก้าวไว” เติบโตอย่างเข้มแข็ง โดยวางโมเดล “DASH” เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยในการกระตุ้นอุปสงค์เชิงคุณภาพ หรือมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มรายได้สูง พร้อมทั้งยกระดับระบบนิเวศท่องเที่ยวสู่ความมีคุณภาพและความยั่งยืน</p>

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

จากนโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ดังที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ชัดว่าในทุกแผนพัฒนาตั้งแต่ในระดับประเทศมาจนถึงระดับภาคนั้น ได้มีการเน้นย้ำถึงการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถดึงดูดกลุ่ม

นักท่องเที่ยวคุณภาพหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมุ่งหวังว่าการเปลี่ยนแปลงทิศทางในการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศได้

ซึ่งจากการปรับเปลี่ยนทิศทางของนโยบายและแผนการพัฒนาประเทศในภาพใหญ่นั้น ส่งผลให้ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2565 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แถลงข่าวเปิดโมเดลที่มีการปรับทิศทางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อเตรียมพร้อมในการเปิดรับนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2565 ภายใต้แคมเปญที่ชื่อว่า Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters ซึ่งจุดสำคัญของแผนการท่องเที่ยวในครั้งนี้ คือ ‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ เพื่อปรับภาพการท่องเที่ยวไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ โดยมีการตั้งเป้าหมายในการขยับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จากเดิมมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อการเดินทางประมาณ 47,000 บาท ไปเป็น 62,000 บาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 30% ภายใน ปี 2565 ทั้งนี้ได้มีการวางโมเดล “DASH” เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทย โดยจะในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานนั้นจะถูกอธิบายผ่านแต่ละตัวอักษร ดังต่อไปนี้ (ธุรกิจท่องเที่ยว, 2565)

- ตัวอักษร D ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินงานส่งเสริมให้เกิดการเดินทางในประเทศ (Domestic Travel)
- ตัวอักษร A ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการกระตุ้นอุปสงค์เชิงคุณภาพ (Accelerate Demand) กล่าวคือแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2565 จะหันมาให้ความสำคัญกับการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังในการใช้จ่ายให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้นกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป
- ตัวอักษร S ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการยกระดับระบบนิเวศการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (Shape Supply) และเหมาะสมต่อการเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมในเรื่องของการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ
- ตัวอักษร H ใช้ในการสื่อความหมายถึงการดำเนินการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Healing Thai Economy) ด้วยการเปิดประเทศเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวลุกเร็วและก้าวไว



ภาพที่ 9 งานแถลงข่าวแคมเปญที่ชื่อว่า Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters

ที่มา : ธุรกิจท่องเที่ยว, 2565

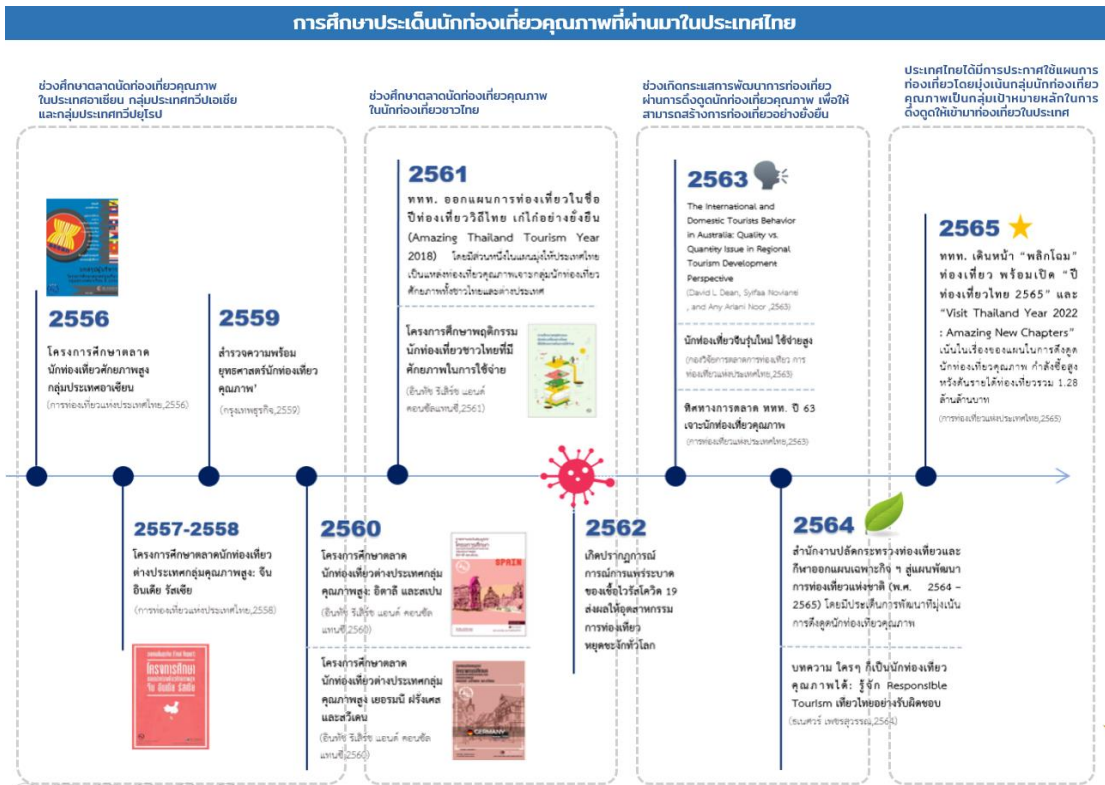
อีกทั้งยังได้มีการวางกลยุทธ์ในการนำความท้าทายใหม่ๆที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือมีความจำเป็นในการพัฒนาเพื่อเตรียมพร้อมรับกับโลกยุคหลังโควิดเข้ามาร่วมในแผนการ พัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดที่ชื่อว่า New Chapters, New Opportunity โดยจะประกอบไปด้วย 5 ความท้าทายใหม่ๆ ดังนี้

- การเกิดขึ้นใหม่และการขยายฐานของกลุ่มเป้าหมาย (New Segment) อาทิ กลุ่ม Bleisure (business & leisure), กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา, กลุ่ม Digital Nomad, กลุ่ม Boy lovers, และกลุ่ม Soft Adventure เป็นต้น
- การแสวงหากลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในพื้นที่ศักยภาพใหม่ (New Area) เช่น มงโกเลีย เกาหลี (ปูซาน) และพื้นที่ในตลาดเดิม
- การสร้างเครือข่ายหรือพันธมิตรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มเติม (New Partner)
- การเพิ่มทางเลือกในเส้นทางการคมนาคมใหม่ ๆ (New Infrastructure) ให้เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเส้นทางรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อ สาธารณรัฐประชาชนจีน สปป.ลาว และเชื่อมโยงการเดินทางมายังจังหวัดหนองคายได้
- การผลักดันในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (New Way) ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม(Millennials)

2.3 แนวคิดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

นักท่องเที่ยวคุณภาพหรือนักท่องเที่ยวศักยภาพแล้วนั้นจากการค้นคว้างานเอกสารงานวิจัยในประเด็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้นพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วการให้ความหมายของนักท่องเที่ยวทั้งสองคำคือนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ถูกให้ความหมายที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ในบางงานวิจัยได้มีการสลับใช้คำที่สื่อความหมายของนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวยุคใหม่สลับกันตามแล้วแต่บริบทของประโยคนั้นๆ ที่เป็นแบบนี้ก็อาจเพราะการกำหนดความหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้นถูกนิยามและอธิบายผ่านคุณลักษณะของศักยภาพในเชิงพฤติกรรม

การอ้างอิงประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพในเอกสารงานวิจัยในประเทศไทยนั้นได้มีการเริ่มต้นขึ้นใน ปี พ.ศ. 2556 ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเล็งเห็นถึงตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อนบ้านอย่างกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศอาเซียน ประกอบไปด้วย กัมพูชา บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย พร้อมกันนั้นในช่วงปี พ.ศ. 2557 -2560 ได้มีการขยายการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงมาจากกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย อาทิ จีน อินเดีย รัสเซีย และกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป อาทิ อิตาลี สเปน เยอรมัน ฝรั่งเศสและสวีเดน ตามลำดับ ภายหลังจากการศึกษากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพในต่างประเทศแล้วนั้น ได้มีการสำรวจและศึกษาพฤติกรรมอย่างละเอียดของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมุ่งเน้นในประเด็นของพฤติกรรมค่าใช้จ่ายเป็นหลัก ในปี พ.ศ. 2561 พร้อมกันนั้นได้มีการประกาศแคมเปญการท่องเที่ยวคือ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนหรือ Amazing Thailand Tourism Year 2018 ซึ่งมีส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาที่เริ่มมีการกล่าวถึงการมุ่งพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพทั้งจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อจะสามารถเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งในชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไป



ภาพที่ 10 สรุปช่วงเวลาในการศึกษาประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพในประเทศไทย

ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย, 2565

จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่ทำให้การกระแสร่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพมีการกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งนั้นคือการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในปลายปี พ.ศ. 2562 หรือต้นปี พ.ศ. 2563 ที่เริ่มมีการระบาดเข้ามาสู่ประเทศไทย จึงทำให้ต้องมีการออกมาตรการควบคุมทั้งการคัดกรองนักท่องเที่ยวไปจนถึงการปิดประเทศ จากเหตุการณ์ในครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ในเวลาเดียวกันก็ทำให้เกิดการตระหนักถึงแนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ที่มุ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หรือให้ความสำคัญกับการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อหัวมากกว่าจำนวนของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ส่งผลให้ในปลายปี พ.ศ. 2563 ได้มีการถลงถึงการวางทิศทางใหม่ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในการมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง และได้มีการวิเคราะห์และตั้งเงื่อนไขในพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มเติมใน ปี พ.ศ. 2564 โดยระบุไว้ว่านักท่องเที่ยวคุณภาพนั้นจะมีอุปนิสัยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบหรือไม่กระทำการสิ่งใดที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว เมื่อได้มีการกำหนดนิยามและขอบเขตของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่เหมาะสมในบริบทของประเทศไทยแล้วนั้น จึงได้มีการประกาศแคมเปญการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2565 ในการปรับภาพท่องเที่ยวไทย

ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพเพื่อจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดยหากจะอธิบายถึงรายละเอียดของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้น จะสามารถสรุปได้จากการรวบรวมและศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาที่มีการอธิบายถึงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมหลักอยู่ 2 ประเด็น ในประเด็นแรกคือกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมทั่วไปในการท่องเที่ยว อาทิ ความสามารถในการจับจ่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นกว่ามาตรฐานของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป อีกทั้งยังมีการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่ยาวนานและเกิดโอกาสของการพักค้างในพื้นที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เป็นต้น

ส่วนในประเด็นที่สองคือกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาที่มักจะมีอุปนิสัยในการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติรวมทั้งมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบเสปประสบการณ์วิถีชุมชนและให้คุณค่ากับสินค้าท้องถิ่น ซึ่งจะเห็นถึงรายละเอียดคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพในทั้ง 2 ประเด็นได้จากตัวอย่างงานวิจัยที่ผู้เขียนได้มีการหยิบยกขึ้นมาแสดงใน ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพจากการรวบรวมตัวอย่างงานวิจัยที่ผ่านมา

ผู้เขียน	พฤติกรรมทั่วไปในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556	<ul style="list-style-type: none"> - มีกำลังในการจับจ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยทั่วไป (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรมการช้อปปิ้ง ฯลฯ) จะเริ่มต้นที่ 11,991 – 20,857 บาท - ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของที่พักและค่ากิจกรรมการช้อปปิ้งที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2551- พ.ศ. 2556) มีการใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 20,857 – 21,597 บาท - วิธีในการเดินทางท่องเที่ยวคือการเดินทางโดยเครื่องบิน เที่ยวบินปกติ รองลงมาคือการเช่าเครื่องบินส่วนตัว รถบัส รถยนต์ส่วนตัว ตามลำดับ 	<ul style="list-style-type: none"> - ชื่นชอบการท่องเที่ยวชายหาดในประเทศไทยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือกิจกรรมการช้อปปิ้ง การบริโภคอาหารถิ่น และท่องเที่ยวในสถานที่ที่แสดงถึงวัฒนธรรมพุทธศาสนา - จังหวัดที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต หาดใหญ่ พัทยา และเชียงใหม่
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558	<ul style="list-style-type: none"> - มีระยะเวลาในการทำนักโดยประมาณ 4.32 ถึง 9.1 วัน - ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวโดยประมาณ 3,150 -3,750 ดอลลาร์ - นิยมพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปหรือรีสอร์ท - วิธีในการเดินทางท่องเที่ยวคือการเดินทางโดยเครื่องบิน เที่ยวบินปกติ - นิยมวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเมื่อเดินทางมาประเทศไทย คือ การช้อปปิ้ง การพักผ่อนชายทะเล ลิ้มลองอาหารถิ่น เยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์ กิจกรรมบันเทิง เที่ยวชมเมืองและทำสปา

	ตนเอง ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป จะนิยมเดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์	
กรุงเทพฯธุรกิจ, 2559	- กำลังการใช้จ่ายสูง	- ให้ความสนใจกับสินค้าท้องถิ่น
อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซ์, 2560	- นิยมจัดการเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด - มีระยะเวลาในการพำนักยาวนานมากกว่า 5 วันขึ้นไป - นิยมพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปหรือรีสอร์ท - มีการใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	- ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวทางทะเล - นิยมบริโภคอาหารถิ่นดั้งเดิม
ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2563	- มีกำลังซื้อสูง	- ให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าราคา - คัดเลือกสินค้าและบริการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม - ไม่สร้างผลกระทบต่อเชิงลบต่อทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น
Deana, D.L., Noviantib, S. & Noorc, A., 2020	- การพักค้างคืนจำนวน 2 – 3 คืนขึ้นไป - มีการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่สูง - นิยมพักในที่พักรูปแบบโรงแรมและรีสอร์ท - เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว - ผู้ร่วมเดินทางไม่เกิน 2- 3 คน	- ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม - มีพฤติกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น
Maulana, A., Koesfardani, C.P. & Amory, G.A., 2020	- มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปสูง - ระยะเวลาในการเข้าพักในระยะเวลา	- เข้าใจแนวคิดในการสร้างความยั่งยืนของพื้นที่ - ให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นในแง่ของการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม
ณัฐนิช ชัยดี, 2564	- นักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการใช้จ่าย	- ใช้จ่ายตรงกับผู้ประกอบการท้องถิ่น - ท่องเที่ยวโดยไม่ให้เกิดการกระทบเชิงลบกับวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น - มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสังคมและใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ลดการสร้างขยะ พกกระบอกน้ำส่วนตัว เดินเก็บขยะริมชายหาด

ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย, 2565

2.3.1 นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและการพักค้าง

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพของนักท่องเที่ยวคุณภาพในประเด็นของศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างพบว่าที่ผ่านมาจากงานวิจัยในประเทศไทยได้มีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงความต้องการเชิงลึก (Insight) ในด้านการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพเหล่านั้นได้ ซึ่งขั้นตอนการศึกษานั้นได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างก่อนจะทำการลงสำรวจภาคสนามและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยจำนวนทั้งสิ้น 16,800 ตัวอย่าง ซึ่งจะถูกแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มย่อยตามลักษณะของช่วงอายุ รายได้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะเน้นไปในเรื่องของงบประมาณในการท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็นหลักเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน

กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยจากการแบ่งกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยออกเป็น 7 กลุ่ม นั้นจะประกอบไปด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่(Gen Y) กลุ่มครอบครัวขยาย(Multi-generation Family) กลุ่มผู้สูงอายุ(Silver Age) กลุ่มผู้หญิง1(Lady1) กลุ่มผู้หญิง2(Lady2) กลุ่มMillennial Mom และกลุ่มตลาดระดับสูง(Hi-End) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ตั้งแต่ 20-70 ปี มีรายได้เริ่มต้นโดยประมาณ 10,000 - 75,000 เป็นต้นไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งจะแตกต่างจากข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ทางผู้เขียนได้นำมาเปรียบเทียบ ปัจจุบันการศึกษาภาพรวมของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปนั้นจะไม่ได้มีการแยกประเภทตามคุณลักษณะเหมือนกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพแต่จะมีการกล่าวถึงในภาพรวมของช่วงอายุที่มักจะอยู่ในช่วง 25-34 ปี มีการประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานจ้างในบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับน้อยกว่า 15,000-30,000 บาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เมื่อนำพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้มาเปรียบเทียบในประเด็นศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างที่จะถูกระบุผ่านงบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป และระยะเวลาในการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 พฤติกรรมท่องเที่ยวด้านศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวไทย

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ในด้านศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้าง	กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ชาวไทย	กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ชาวไทย
งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน	เริ่มต้น 1,060 บาท	เริ่มต้น 1,540.68 - 2,262.34 บาท
งบประมาณท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป	3,000 บาท	6,890.14 บาท
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	ไม่มีการพักค้าง - 2 วัน 1 คืน	3 วัน 2 คืน

ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย, 2565

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในด้านศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างของทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยจะสังเกตเห็นว่าพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพจะมีงบประมาณการท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปอย่างชัดเจน ซึ่งจากผลการศึกษาที่เห็นได้ชัดอย่างเป็นรูปธรรมของพฤติกรรมดังกล่าวของนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้น ส่งผลให้ต่อมาหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการริเริ่มปรับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตอบรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพตั้งแต่ใน ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

2.3.2 นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยา

อีกหนึ่งข้อค้นพบที่น่าสนใจจากงานวิจัยประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ผ่านมานั้นได้พบถึงคุณลักษณะของพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาที่มักจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หรือ Responsible Tourism กล่าวคือการไม่สร้างผลกระทบในทางลบทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ นิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ข้อจำกัดของการตั้งเงื่อนไขในพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวคุณภาพคือการแปรผันไปตามยุคสมัยของเทรนด์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป รวมไปถึงความแตกต่างของเชื้อชาติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาต่อการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

โดยจะเห็นข้อจำกัดดังกล่าวได้จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยและนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวต่างชาติ ที่ผู้วิจัยได้หยิบยกนักท่องเที่ยวชาวจีนขึ้นมาเป็นตัวอย่างของการเปรียบเทียบในครั้งนี้ เนื่องจากถือได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในปี 2561 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 10.53 ล้านคน มีการใช้จ่าย 5.8 แสนล้านบาท คิดเป็น 1 ใน 4 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จึงถือได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีศักยภาพเพียงพอในการเป็นตัวแทนของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อได้นำข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งสองเชื้อชาติมาเปรียบเทียบกันแล้วนั้นจะเห็นได้ถึงข้อแตกต่างในพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาของทั้งสองอย่างชัดเจน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยและชาวจีน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทย	นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน
พฤติกรรมทั่วไปในการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - เดินทางท่องเที่ยวในเดือนเมษายนมากที่สุด - ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน - นิยมเดินทางกับแฟน/คู่สมรส - นิยมพักที่พักระยะหรู - งบประมาณการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อทริป 6,890.14 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> - เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศตั้งแต่ 1 ครั้งต่อปี - ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.32 วัน - นิยมเดินทางกับเพื่อนและกับครอบครัว - นิยมพักเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป - การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 3,520 ดอลลาร์ (118,319.52 บาท) ต่อทริปซึ่งมากกว่ากลุ่มทั่วไปเกือบ 3 เท่า (ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วไปจะอยู่ที่ 1,270 ดอลลาร์)

พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - นิยมท่องเที่ยวในภาคใต้ - ขึ้นขอการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ประวัติศาสตร์และเชิงเยี่ยมชมนิวทิวชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - นิยมการท่องเที่ยวด้วยการการช้อปปิ้งและการพักผ่อนชายทะเล - ขึ้นขอกิจกรรมการลิ้มลองอาหารท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์ กิจกรรมบันเทิง และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
-------------------------------------	---	--

ที่มา: การรวบรวมโดยผู้วิจัย, 2565

จากตารางข้างต้นที่แสดงถึงการเปรียบเทียบข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพระหว่างสองเชื้อชาติทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติชาวจีนจะพบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวในแต่ละเชื้อชาติ ซึ่งพฤติกรรมที่เห็นได้ชัดที่สุดคือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบที่แตกต่างกัน โดยในนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยจะขึ้นขอการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือการท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์และวิถีชุมชน แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนจะเน้นในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มีการเลือกซื้อและจับจ่ายใช้สอยมาเป็นอันดับแรก รองลงมาถึงจะสนใจในการท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล การเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามลำดับ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตอกย้ำถึงความเป็นไปได้ยากหรือข้อจำกัดในการนำพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพมากำหนดคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพในภาพรวมทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

กล่าวโดยสรุปคือในการวางนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทที่เหมาะสมกับประเทศไทยควรมุ่งให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมด้านศักยภาพด้านการใช้จ่ายและการพักค้างมากกว่าพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยา เนื่องด้วยในปัจจุบันชุดข้อมูลจากพฤติกรรมดังกล่าวมีลักษณะเป็นข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantitative data) หรือข้อมูลที่อยู่ในรูปตัวเลข (Numerical Data) ที่สามารถนำไปต่อยอดในการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้ในหลากหลายมิติ อีกทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการเก็บฐานข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยวทั้งในชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีการจำแนกรายจังหวัดไว้ตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 (ข้อมูลในสถานการณ์ปกติก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19) ซึ่งฐานข้อมูลจะมีความครอบคลุมทั้งในเรื่องของจำนวนและรายได้การท่องเที่ยวทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยว (Average Expenditure) ระยะเวลาการพำนัก (Length of stay) และอัตรา

การเข้าพัก (Occupancy rate) เป็นต้น โดยชุดข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้ในการวัดศักยภาพของพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ นอกจากนี้อีกเหตุผลที่เข้ามาสนับสนุนให้ศักยภาพของพฤติกรรมดังกล่าวใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทของประเทศไทยคือ กรณีศึกษาจากตัวอย่างงานวิจัยในต่างประเทศที่มักจะนำพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคุณภาพในการใช้จ่ายและพักค้างเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยเช่นกัน เนื่องด้วยเป็นคุณลักษณะในเชิงพฤติกรรมที่ถูกกล่าวถึงเกี่ยวกับประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพมาอย่างยาวนานตั้งแต่ในช่วงแรกของการกำหนดนิยามและความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ถูกยอมรับกันในระดับสากล (Aguiló, Rosselló, & Vila, 2017; Wang, Fong, Law, & Fang, 2018; Maulana, A., Koesfardani, C.P. & Amory, G.A., 2020).

2.4 แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ เข้ามาประกอบร่วมกันในหลากหลายมิติเพื่อจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จทั้งในด้านรายได้ที่เข้ามาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ผ่านมามีงานวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมความหมายของการอธิบายถึงอุตสาหกรรมประเภทนี้ ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยโดย บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ที่ได้มีการกำหนดขอบเขตเชิงเนื้อหาเพื่อนำมากำหนดความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยได้มีการสรุปถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 4 องค์ประกอบด้วยกัน อันประกอบไปด้วย อุปทานทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว ตัวกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือการตลาดท่องเที่ยว อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว และตัวที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวมาพบกันหรือธุรกิจทางการท่องเที่ยว โดยทั้ง 4 องค์ประกอบนี้จะมีการทำงานที่ประสานกันเป็นวัฏจักร กล่าวคือเมื่อในเมืองๆนั้นมีการเกิดขึ้นของอุปทานทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่และคนในพื้นที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเข้าถึงข้อมูลของการมีอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวรับรู้ โดยจะต้องอาศัยตัวกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือการตลาดการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้และมีความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจึงจะต้องอาศัยธุรกิจท่องเที่ยว

อาทิ บริษัทนำเที่ยว เป็นสิ่งที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวมาพบกันหรือก็คือการที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆได้



ภาพที่ 11 องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว

ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549

2.4.2 แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ภายหลังจากการทราบถึงกรอบความหมายขององค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวแล้ว นั้น ผู้วิจัยได้ทำการมุ่งศึกษาถึงองค์ประกอบในฝั่งของพื้นที่หรือฝั่งของอุปทานที่สามารถบ่งบอกได้ถึงลักษณะทางกายภาพของเมืองเพื่อจะทราบถึงองค์ประกอบภายในเมืองที่ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นอุปสงค์หรือนักท่องเที่ยวเขาไปกระจุกตัวยังเมืองเหล่านั้น เพื่อจะสามารถนำมาวางแผน การพัฒนาองค์ประกอบเชิงกายภาพเหล่านั้นให้สามารถตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพมายังพื้นที่ จึงได้มีการมุ่งศึกษาแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงกายภาพเป็นหลักและได้พบแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) ซึ่งถูกริเริ่มในปี ค.ศ.1987 โดย Collier and Harraway มีการกำหนดแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์สิ่งที่มีอิทธิพลในการกระตุ้นหรือดึงดูดให้เกิดการเดินทางออกมาท่องเที่ยวในเมืองนั้นๆ ออกมาเป็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ประการ อันจะประกอบไปด้วย

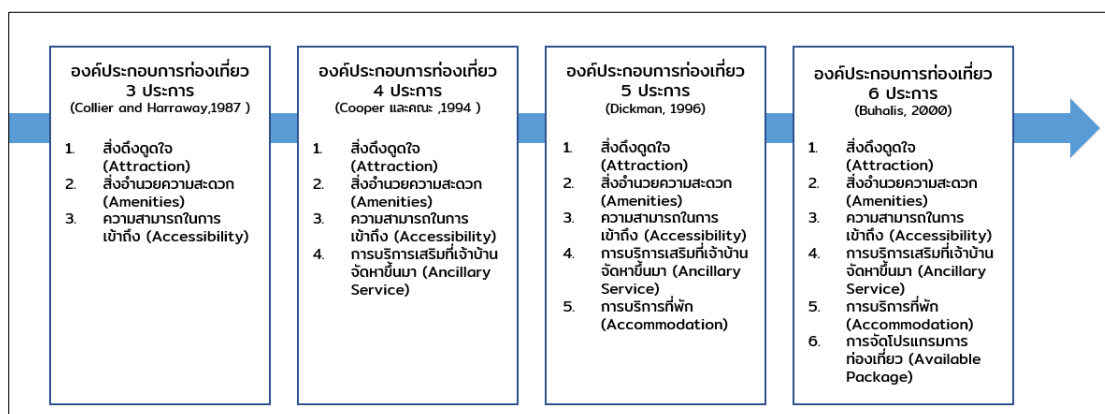
- สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึงความน่าสนใจของทั้งสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจเป็นสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามา
- สิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว (Amenities) หมายถึงการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกสะดวกสบายและปลอดภัย

- ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ระบบการขนส่งที่ครอบคลุม ทั้งเส้นทาง ยานพาหนะ สถานี เป็นต้น เพื่อสร้างทางเลือกในการเดินทางให้แก่ นักท่องเที่ยวในการเดินทาง

ต่อมาในปี ค.ศ. 1994 Cooper และคณะ ได้มีการต่อยอดแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 3 ประการ (3 A's) เป็น 4 ประการ (4A's) โดยได้เพิ่มองค์ประกอบด้านที่ 4 คือ บริการเสริมที่เข้าบ้านจัดหาขึ้นมา (Ancillary Service) หมายถึงการที่เมืองๆนั้นจัดบริการด้านต่างๆ อาทิ การบริการข่าวสารการท่องเที่ยว การประสานงานจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อจะส่งมอบความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองของตน

การพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวไม่ได้หยุดเพียงเท่านั้นได้มีการพัฒนาแนวคิดเพิ่มจำนวนขององค์ประกอบทั้งในปี ค.ศ. 1996 และ ค.ศ. 2000 ก็ได้มีการเพิ่มเติมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็น 5 และ 6 องค์ประกอบตามลำดับ โดยองค์ประกอบที่เพิ่มเข้ามาในแนวคิด 5A's (Dickman, 1996) นั้นมีทั้งที่ได้แยกส่วนมาจากองค์ประกอบตั้งต้นในแนวคิด 3A's ประกอบไปด้วย การบริการที่พัก(Accommodation) ที่เป็นหัวข้อที่แยกออกมาจากองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว (Amenities) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ที่แยกออกมาจากองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

เช่นเดียวกับองค์ประกอบที่เพิ่มเข้ามาในแนวคิด 6A's (Buhalis, 2000) ในด้านความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) ที่ถูกแยกออกมาจากองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ในแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวตั้งต้นเช่นกัน โดยหากมองในภาพรวมจะพบว่าองค์ประกอบที่เพิ่มเติมขึ้นมาในยุคหลังได้เกิดจากการแยกหัวข้อเพิ่มมาจากแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 3A's ที่เป็นแนวคิดตั้งต้นตั้งแต่ในอดีต



ภาพที่ 12 วิวัฒนาการของแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

ภายหลังจากได้ข้อสรุปของแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวแล้วนั้น จึงได้ทำการสืบค้นถึงองค์ประกอบปลีกย่อยของในแต่ละองค์ประกอบหลักของแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) จากงานวิจัยที่มีการศึกษาในประเด็นแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวมากกว่า 50 เอกสารทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ เพื่อนำมากำหนดถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่เหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านการดูพฤติกรรมในการใช้จ่ายและการพักค้างในงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งสามารถสรุปถึงองค์ประกอบปลีกย่อยในแต่ละองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวหลักตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) ที่จะประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว (Amenities) และความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตัวอย่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวจากงานวิจัยที่ศึกษาประเด็นแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	Roy, D., Dhir, M. G. M., & Ahsan, M. K. , 2016	Azar Ghaedi, 2014	Martin Martin, J. M., Guaita Martinez, J. M., & Salinas Fernández, J. A. , 2018	Andriotis, K., Agiomirgianakis, G. and Mihotis, A. , 2008	Jozef Gáll, 2019	Marais, M., Du Plessis, E., & Saayman, M. , 2017	จิราพัชร สุคันธภักดา, 2561	ญาณิพัชญ์ อภารณเสงวีจิตร, 2560	ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา, 2561	มีพริ สีม่าและศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2560
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)		x			x	x	x	x	x	x
จำนวนแหล่งท่องเที่ยว				x	x	x		x		
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	x	x	x	x	x	x		x	x	x

คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว		x		x				x		x
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	x	x	x	x		x	x	x	x	x
จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน การท่องเที่ยว			x							x
คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยว	x			x			x	x	x	x
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	x	x	x		x		x		x	x
ศักยภาพระบบคมนาคมทาง อากาศ			x	x	x	x				
ศักยภาพระบบคมนาคมทางบก		x	x	x	x	x		x		

ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย,2565

จากตารางข้างต้นจะแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยที่สามารถนำมาสรุปองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและถูกอ้างอิงถึงในงานวิจัยที่ศึกษาประเด็นแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่บ่อยครั้งเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ในงานวิจัยฉบับนี้ต่อไป พร้อมทั้งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกองค์ประกอบการท่องเที่ยวอีกครั้งโดยมีเงื่อนไขของข้อจำกัดในการจัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของแต่ละหน่วยงานประเทศไทย ทำให้ผู้วิจัยทำการคัดเลือกองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักและองค์ประกอบย่อย พร้อมคัดเลือกผ่านการจัดเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวในบริบทของหน่วยงานในประเทศไทย

อันดับ	องค์ประกอบการท่องเที่ยว ตามแนวคิด 3A's	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียดข้อมูล
1	สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนแหล่งท่องเที่ยว - ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย - ดัชนีความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด
2	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว - คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย - จำนวนที่พัก - จำนวนร้านอาหาร - จำนวนร้านค้าแพ - จำนวนร้านค้า - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของที่พัก - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านอาหาร

			<ul style="list-style-type: none"> - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านค้าแฟ - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านค้า
		<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสนามบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตร จากจุดศูนย์กลางเมือง
		<ul style="list-style-type: none"> - ระยะทางจากจุดศูนย์กลางเมืองถึงสนามบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง
3	ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนเที่ยวบินของสนามบิน 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนเที่ยวบินของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง
		<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสถานีขนส่งทางบก 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสถานีขนส่งทางบก
		<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสถานีรถไฟ 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสถานีรถไฟ

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

2.4.3 กรณีศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยที่ได้มีการนำแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวมาใช้ในการหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้จ่ายและพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพในเมืองรองของประเทศไทยนั้น จากการค้นคว้าเอกสารวิจัยที่ผ่านมาได้พบถึงกรณีศึกษาของเมืองที่มีการวางแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวผ่านแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการเพื่อนำมาวางทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยในงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกรณีสศึกษามา 3 กรณี ประกอบไปด้วย

– กรณีศึกษาตำบล Amfoang Selatan ประเทศอินโดนีเซีย

งานวิจัยโดย Christina Welly Plaituka Protasius Tiberius Jehane และ Veronika A. S. M. Flora (2022) เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิด 3A's ระบุถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตำบล Amfoang Selatan ในประเทศอินโดนีเซียที่มีการอาศัยอยู่ของชุมชน 7 ชุมชนในพื้นที่ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทั้ง 2 รูปแบบคือข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการสำรวจภาคสนามพร้อมทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ อาทิ หัวหน้าตำบล หัวหน้าหมู่บ้าน และนักท่องเที่ยวบางส่วน และข้อมูลทุติยภูมิที่ถูกเก็บรวบรวมผ่านหนังสือวรรณกรรม รายงานสถิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วารสารวิจัย และบทความต่างๆ โดยผลจากการศึกษาทั้ง 3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ในองค์ประกอบแรกคือแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจนั้นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อาทิ ภูเขา เกษตรกรรมและพื้นที่เพาะปลูก อีกทั้งสินค้าเกษตรชุมชนท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงคือน้ำผึ้ง เป็นองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีผลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติภายในพื้นที่ควรมีการวางแผนอนุรักษ์ในทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

ตารางที่ 8 สิ่งดึงดูดใจที่มีศักยภาพตำบล Amfoang Selatan

No.	Potency	Identification
1.	Nature	a. Sulfur Baths b. Stacking Stones c. Humon Hill d. Afliug Hill e. Agriculture f. Farm
2.	Culture	a. Regional dance b. Honey harvest ritual
3.	Human resources	a. Hospitality b. Kindness

ที่มา : Plaituka, C. W., Jehane, P. T., & Flora, V. A. ,

ในประเด็นที่สององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน ณ จุดท่องเที่ยวบางแห่งที่ไม่เพียงพอและไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม โดยประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการพักค้างของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือทางเลือกของที่พักราคา อากาศที่ร้อนและโฮมสเตย์ การกางเต็นท์หรือแคมป์ปิ้ง เป็นต้น และในประเด็นที่สามองค์ประกอบในการเข้าถึงหลักแม้ว่าจะมีเส้นทางเข้าถึงพื้นที่ในหลากหลายเส้นทางแต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

– กรณีศึกษากลุ่มอนุรักษ์สถานที่หิมปี (Hampi) ประเทศอินเดีย

งานวิจัยโดย Ashish Parthasarathy Smitha G Thashneem Bhanu และ Harish Unnikrishnan (2020) งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้วิธีการวิจัยเพื่อเข้าใจประสบการณ์ ความสัมพันธ์ และวัฒนธรรมของคนในชุมชนออนไลน์ (Netnography) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลการรีวิวประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เคยไปยังพื้นที่ผ่านข้อความดิจิทัลจากเว็บไซต์ของ TripAdvisor ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อความการรวิวดังกล่าวโดยใช้ซอฟต์แวร์ที่ชื่อว่า NVivo เป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการค้นหาคำและจัดทำดัชนีคำเฉพาะหรือคำที่คล้ายกันในเอกสารข้อความหลายฉบับ ภายหลังจากได้ชุดข้อมูลดัชนีแล้วจะนำมาสังเคราะห์เป็นความคิเห็นในเชิงบวกและเชิงลบเพื่อประเมินศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลจ่อักท่องเที่ยว

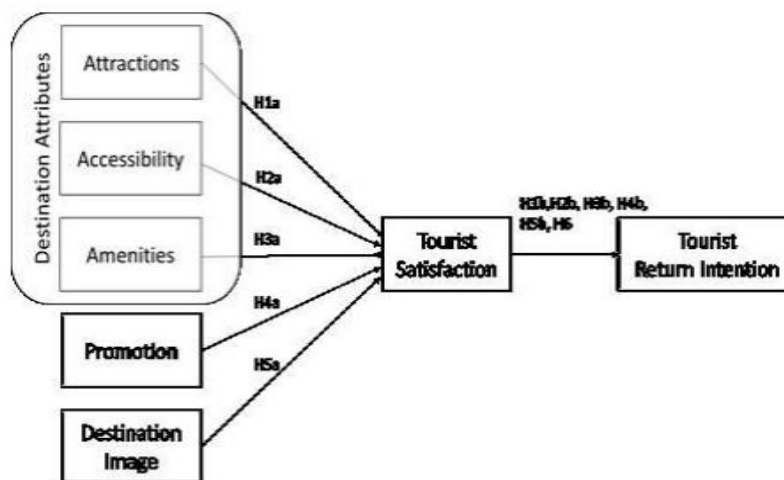
ตารางที่ 9 ผลการนับคำที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวผ่านซอฟต์แวร์ NVivo

Name	Description	Files	References
Accessibility		1	288
Accommodation/ Amenities		1	96
Attractions		1	1,136
	Other things to see	1	264
Date		1	344
Reference		0	0

ที่มา : Parthasarathy, A., Bhanu, T., & Unnikrishnan, H. ,2020

ผลการศึกษาชี้แนะว่าองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่เป็นศาสนสถานที่มีการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และการได้ชื่อว่าเป็นแหล่งมรดกโลกเป็นองค์ประกอบเพียงอย่างเดียวที่มีผลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ ในขณะที่องค์ประกอบด้านการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว(Destination Management Organization หรือ DMO) ในพื้นที่อย่างเพียงพอ

- กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
งานวิจัยโดย Filda Rahmiati และ Andrean Winata (2020) ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาถึงองค์ประกอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยี่ยมชมวัดบุโรพุทโธ โดยจะศึกษาผ่านการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน ในการตั้งตัวแปรต้นของงานวิจัยฉบับนี้นอกเหนือจากการใช้ตัวแปรตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's แล้วนั้น ได้มีการเพิ่มในส่วนของปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว(Promotion) และภาพลักษณ์ของสถานที่เมื่อได้มาเยี่ยมชมสถานที่จริง (Destination Image)



ภาพที่ 13 กรอบแนวคิดการวิจัย กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
ที่มา : Rahmiati, F., & Winata, A. ,2020

โดยจากผลการศึกษาได้ระบุว่าองค์ประกอบและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุกตัวแปรนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการกลับมาของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่มีสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความกังวลต่อแหล่งท่องเที่ยววัดบุโรพุทโธคือ คุณภาพของสถานที่ โดยข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาลชาวอินโดนีเซียและ PT TWC Borobudur ในฐานะผู้พัฒนาวัดบุโรพุทโธนั้น ในงานวิจัยฉบับนี้ได้มีการกล่าวไว้ว่าควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกของวัดบุโรพุทโธมากขึ้น มีการวางแผนจัดโปรโมชั่นให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศ อีกทั้งเสนอแนะในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวในประเทศจะมีโอกาสมาเยือนซ้ำ

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

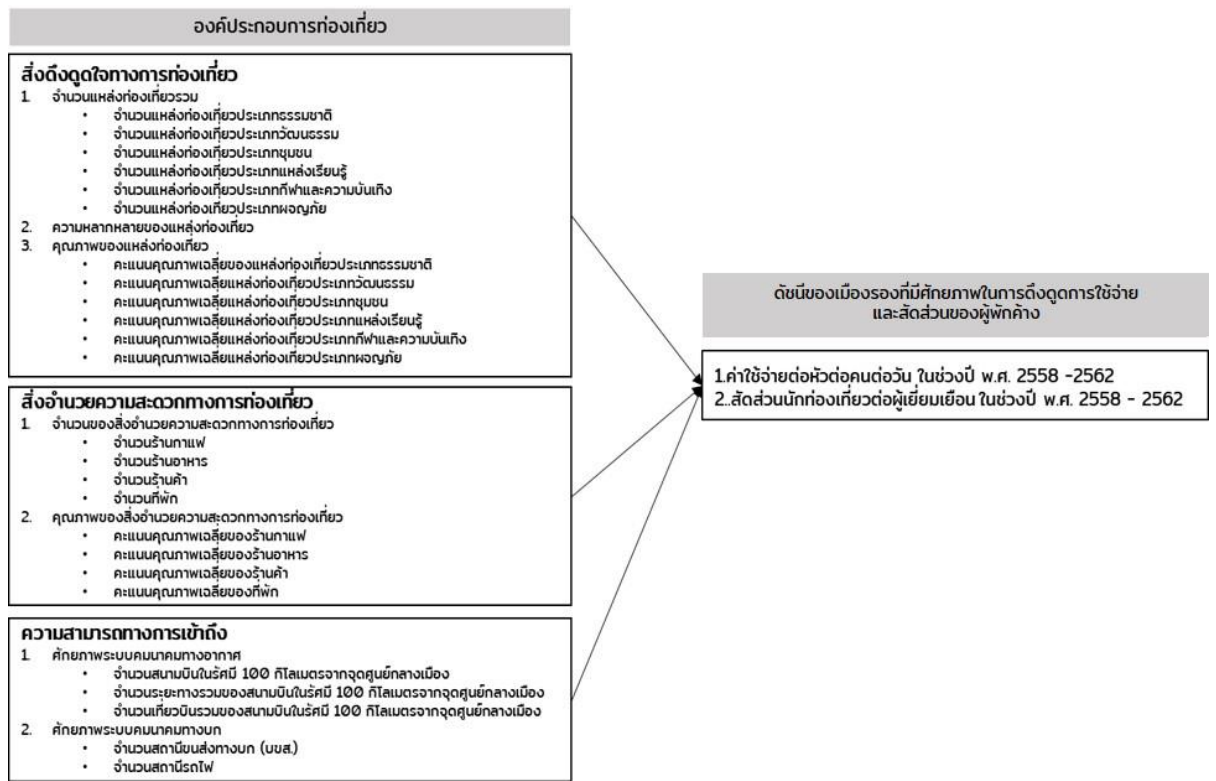
จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของแนวองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยจากงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการหยิบยกตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในหลากหลายมิติ ทั้งจำนวนของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงเกิดสนใจในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยในงานวิจัยเรื่ององค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างใน

เมืองรองของประเทศไทยขึ้นมา โดยจะนำองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจากแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's มาใช้ในการหาความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและสัดส่วนของผู้พักค้าง โดยมีวัตถุประสงค์ในการที่จะค้นหาถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูงและมีพฤติกรรมการพักค้างในพื้นที่ระหว่างการท่องเที่ยวซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีโอกาสในการใช้จ่ายในพื้นที่สูง (ศุภชัยวิทยสิกรไทย, 2562) ซึ่งเป็นสองพฤติกรรมหลักที่มีศักยภาพในการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งจะตรงกับความต้องการของภาคการท่องเที่ยวไทยที่มุ่งหวังในการนำกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวมาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะสามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของโลกภายหลังโควิด 19 ต่อไปในอนาคต นอกจากนั้นแล้วทางผู้วิจัยจะมีการจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละบริบทของกลุ่มจังหวัดในเมืองรองที่ในปัจจุบันยังคงพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้แผนภาพใหญ่ไปทิศทางเดียวทั้ง 55 จังหวัด โดยหวังว่าภายหลังการมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในแต่ละบริบทของพื้นที่แล้วนั้น กลุ่มจังหวัดในเมืองรองจะสามารถมีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง พร้อมกันนั้นยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวที่ยังคงมีการกระจุกตัวอยู่ในบางจังหวัดเพียงเท่านั้นเพื่อลดปัญหาในด้านความเหลื่อมล้ำและสามารถกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปยังชุมชนท้องถิ่นที่ยังถือว่าเป็นจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคการท่องเที่ยวไทย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

บทที่ 3

ระเบียบและวิธีการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพกับการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย เพื่อค้นหาองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) ที่มีอิทธิพลในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมในแต่ละบริบทของแต่ละกลุ่มจังหวัดในเมืองรองของประเทศไทย

3.1 กระบวนการวิจัย

ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพกับการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทยนั้นจะมีกระบวนการในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนหลักและมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยจะมุ่งศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่ผ่านมาของการพัฒนาการท่องเที่ยว รูปแบบการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง พร้อมทั้งกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2565

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาและกำหนดแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งจะมุ่งศึกษาไปที่พฤติกรรมค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากการกำหนดแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่จะใช้ในการหาความสัมพันธ์แล้วนั้น จะเข้าสู่ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการหาความสัมพันธ์ทางสถิติ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากแหล่งข้อมูลจากหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการรวบรวมฐานข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมท่าอากาศยาน และการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นต้น ในบางกรณีที่องค์ประกอบการท่องเที่ยวบางประเภทไม่มีหน่วยงานที่ทำการเก็บฐานข้อมูลหรือไม่มีการอัปเดตของฐานข้อมูลนั้นๆ ทางผู้วิจัยจึงได้มีการรวบรวมข้อมูลบางประเภทผ่านการใช้

แพลตฟอร์ม Google Maps และโปรแกรมประยุกต์ด้านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์อย่าง Quantum GIS มาใช้ในการรวบรวมข้อมูลศึกษาในครั้งนี้ด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำข้อมูลเพื่อเตรียมสำหรับการใช้ในการวิเคราะห์ทางค่าสถิติ โดยได้มีจัดทำข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีหน่วยวัดที่แตกต่างกันให้ออกมาเป็นชุดข้อมูลในรูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) ทั้งที่เป็นชุดข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานในแต่ละองค์ประกอบหลักทั้ง 3 องค์ประกอบและองค์ประกอบปลีกย่อยที่เป็นรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) ของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลังในช่วงปีที่สภาวะของภาคการท่องเที่ยวไทยยังมีความปกติหรือก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (พ.ศ. 2558-พ.ศ.2562) ให้ออกมาเป็นค่าคะแนนมาตรฐานหนึ่งค่าที่แสดงถึงดัชนีความสามารถของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วย

- 1) การจัดกลุ่มชุดข้อมูลด้วยเทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) โดยจะจัดกลุ่มชุดข้อมูล อันประกอบไปด้วย

— การจัดกลุ่มเมืองรองตามการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว ผ่านชุดข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562) ซึ่งจะมีการจัดทำข้อมูลดังกล่าวให้ออกมาในรูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) เพื่อตรวจสอบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดอุปสงค์ (Demand) หรือก็คือเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี ปานกลางและต่ำ มีการกระจายตัวอยู่อย่างไร เพื่อนำไปค้นหาต่อว่าในกลุ่มเมืองทั้ง 3 ระดับของการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างนั้น มีคุณลักษณะของเมืองเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถนำมาจัดลำดับและ

รายละเอียดของการพัฒนาเมืองและองค์ประกอบการท่องเที่ยวภายในจังหวัดได้อย่างเหมาะสม

- จัดกลุ่มเมืองรองตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ผ่านชุดข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 องค์ประกอบ ประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ของแต่ละ 55 จังหวัดในกลุ่มเมืองรอง เพื่อจะทราบถึงศักยภาพของอุปทาน (Supply) หรือก็คือองค์ประกอบการท่องเที่ยวของพื้นที่ในปัจจุบันว่ามีองค์ประกอบแต่ละด้านในพื้นที่ มาก ปานกลาง และน้อย ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอย่างไร (เนื่องจากตัวแปรที่นำมาวัดองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมิติข้อมูลทั้งในเรื่องของ จำนวน ความหลากหลาย คุณภาพ เป็นต้น) เพื่อจะสามารถวางแผนการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละบริบทของเมืองรองนั้นๆต่อไป

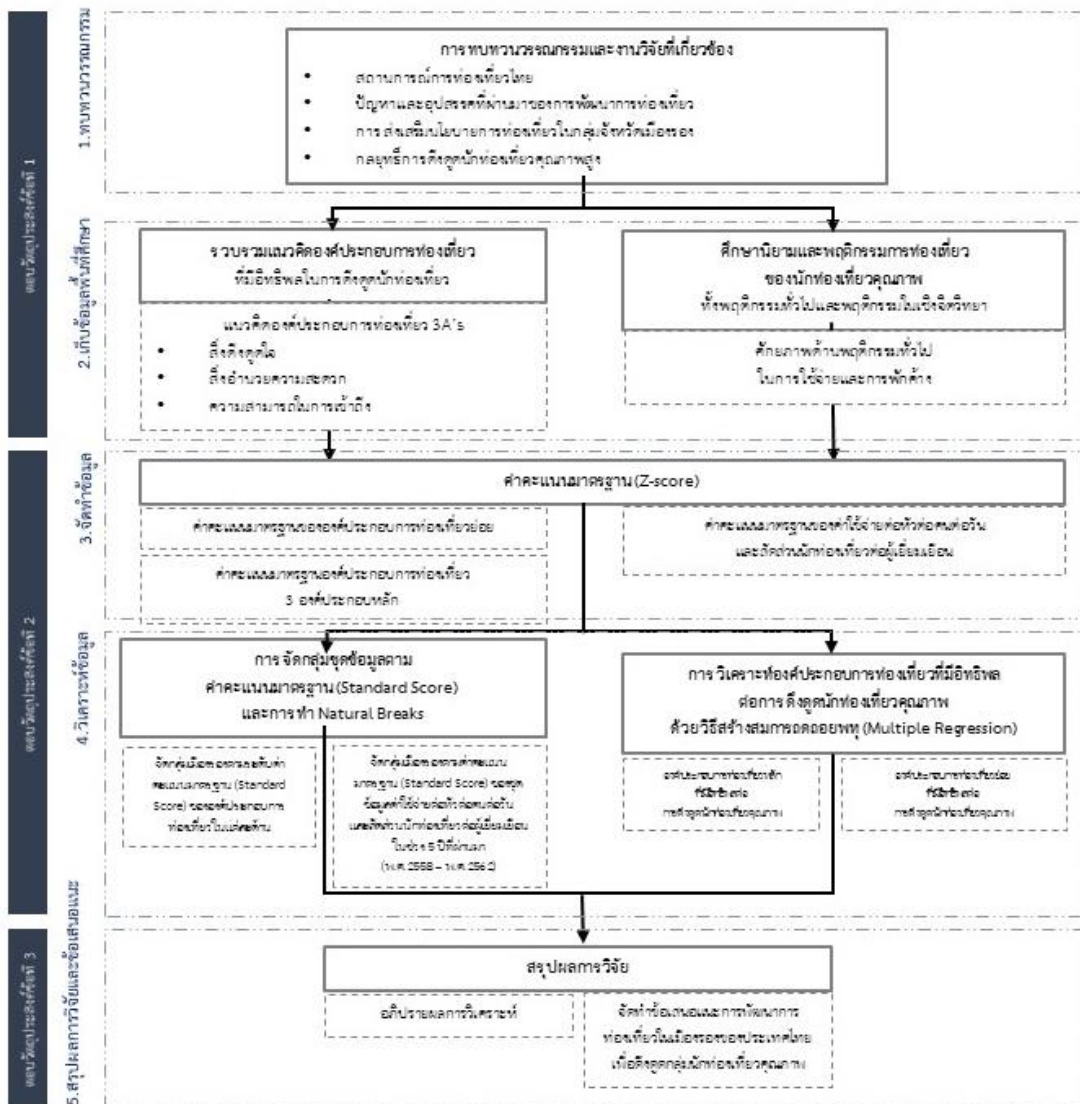
2) การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ด้วยวิธีสร้างสมการถดถอยพหุ (Multiple Regression)

- วิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่มาจกค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562) เพื่อจะตรวจสอบข้อเท็จจริงของแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวว่าส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้ง 3 องค์ประกอบหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์ระดับของอิทธิพลในแต่ละองค์ประกอบการ

ท่องเที่ยวเพื่อเรียงลำดับความสำคัญของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองของประเทศไทย

- วิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวย่อยที่เป็นรายละเอียดของชุดข้อมูลแยกออกมาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 3 องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง เพื่อสามารถวิเคราะห์ถึงรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพมากที่สุด เพื่อจะสามารถลงรายละเอียดของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัยและเสนอแนะเชิงนโยบายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเมืองรองที่คัดแยกตามศักยภาพของการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในปีช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพร้อมทั้งระดับศักยภาพของแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เพื่อจะสามารถวางแผนเรียงลำดับการพัฒนาและพัฒนารององค์ประกอบการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่การสร้างศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในแต่ละจังหวัดเมืองรองของประเทศไทย



CHULALONGKORN UNIVERSITY
ภาพที่ 15 แผนภาพแสดงระเบียบวิธีวิจัย

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มจังหวัดเมืองรองของประเทศไทยทั้ง 55 จังหวัดที่ได้รับการให้คำนิยามจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาไว้ว่าเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดรวมทั้งปีไม่ถึง 6 ล้านคน โดยผู้วิจัยต้องการค้นหาถึงดัชนีของแต่ละจังหวัดในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยว (3A's) กับพฤติกรรมการใช้จ่ายและพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยในแต่ละตัวแปรจะมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

3.2.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ประกอบไปด้วย

- จำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวม
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง
 - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย
- ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
- คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย

3.2.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบไปด้วย

- จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
 - จำนวนร้านกาแฟ
 - จำนวนร้านอาหาร
 - จำนวนร้านค้า
 - จำนวนที่พัก
- คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านกาแฟ
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านอาหาร
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านค้า
 - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของที่พัก

3.2.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง ประกอบไปด้วย

- ศักยภาพระบบคมนาคมทางอากาศ
 - จำนวนสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง
 - จำนวนระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง
 - จำนวนเที่ยวบินรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง
- ศักยภาพระบบคมนาคมทางบก
 - จำนวนสถานีขนส่งทางบก (บขส.)
 - จำนวนสถานีรถไฟ

3.2.4 คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวคุณภาพ ประกอบไปด้วย

- ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วงปี พ.ศ. 2558 -2562
- สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2562

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้จะแบ่งออกตามชุดข้อมูลของทั้งตัวแปรอิสระอย่าง องค์ประกอบการเชิงกายภาพการท่องเที่ยวตามแนวคิด และตัวแปรตามคือพฤติกรรมการใช้จ่ายและพักค้างที่เป็นพฤติกรรมที่สื่อถึงความเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยจะเก็บชุดข้อมูลนี้จากข้อมูล ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562) ซึ่งแต่ละชุดข้อมูลจะมีรายละเอียดในการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

3.3.1 การเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวจะมีการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยจะสามารถอธิบายรายละเอียดการเก็บข้อมูลจำแนกในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

- องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ

ในการเก็บข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจนั้นจะสามารถจำแนกการเก็บข้อมูลของแต่ละองค์ประกอบย่อย ซึ่งจะประกอบไปด้วย จำนวนแหล่ง

ท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้ดังต่อไปนี้

■ จำนวนแหล่งท่องเที่ยว

ในปัจจุบันชุดข้อมูลของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวได้มีการถูกจัดเก็บกระจายตัวทั้ง 55 จังหวัดเมืองรอง โดยจะมีการจัดเก็บฐานข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดของแต่ละจังหวัด ซึ่งจากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นได้พบถึงข้อจำกัดของการค้นหาชุดข้อมูล โดยได้พบว่าข้อมูลจำนวนแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการอัปเดตข้อมูลลงในเว็บไซต์ของสำนักงานฯ ส่งผลให้ผู้วิจัยได้มีการสืบค้นและค้นพบถึงเว็บไซต์ THAILAND TOURISM DIRECTORY ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและศูนย์ปฏิบัติการ Digital Tourism ในปลายปี พ.ศ. 2564 โดยมีลักษณะเป็นเว็บไซต์ในการรวบรวมฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย อาทิ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการยืนยันในการลงทะเบียนของฐานหน่วยงานของภาครัฐ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รายชื่อผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งจากการตรวจสอบเบื้องต้นโดยผู้วิจัยเบื้องต้นด้วยฐานข้อมูลดังกล่าวเป็นฐานข้อมูลที่เพิ่งมีการพัฒนาขึ้นในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ทำให้ภายในเว็บไซต์ยังไม่มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนในทุกจังหวัด

ทางผู้วิจัยจึงได้เห็นถึงข้อจำกัดบางประการในการใช้งานชุดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากฐานข้อมูลดังกล่าว จึงได้มีการพิจารณากำหนดรูปแบบในการจัดเก็บข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps ที่เป็นฐานข้อมูลที่ถูกพัฒนาขึ้นในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวทั่วโลก โดยจะมีการแสดงข้อมูลรายละเอียดทั้งชื่อสถานที่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ตำแหน่งที่ตั้ง หมายเลขเบอร์โทรศัพท์ รูปภาพ และคะแนนการรีวิวจากผู้ที่เคยไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นมาแล้ว เป็นต้น ภายหลังจากได้มีการกำหนดวิธีการในการจัดเก็บข้อมูลแล้วนั้น ทางผู้วิจัยได้วางแผนขั้นตอนในการเก็บจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนที่สุด จึงได้ทำการวางแผนเก็บจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏขึ้นมาจากการค้นหาคำว่า ‘แหล่งท่องเที่ยว’ ในแต่ละขอบเขตการค้นหาของแต่ละจังหวัด ซึ่งได้มีการกำหนดระดับขอบเขตค้นหาตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบไปด้วยจังหวัด อำเภอ เทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบลในแต่ละ 55 จังหวัดที่อยู่ในรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรอง และได้ทำการรวบรวมจำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวมในแต่ละจังหวัดลงในโปรแกรม Microsoft Excel และใช้คำสั่ง Pivot Table

เพื่อสรุปข้อมูลจำนวนมากแล้วนำมาใช้เป็นข้อมูลองค์ประกอบย่อยในประเด็นของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวมในแต่ละจังหวัด อีกทั้งทำการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏขึ้นบนรายละเอียดการค้นหาผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps ในแต่ละจังหวัดตาม 6 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีการกำหนดขึ้นโดยกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อันประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	prov	amphoe	name	area_km	pop	density	lat	lon
2	กาฬสินธุ์	เขาวง	เทศบาลตำบลกุดสิม	7.5	11347	1512.933	16.67826	104.0738
3	กาฬสินธุ์	สมเด็จ	เทศบาลตำบลสมเด็จ	4.5	7639	1697.556	16.69295	103.7404
4	กาฬสินธุ์	เมืองกาฬสินธุ์	เทศบาลนครกาฬสินธุ์	3.5	7251	2071.714	16.4851	99.48787
5	กาฬสินธุ์	พรานกระต่าย	เทศบาลตำบลพรานกระต่าย	2.36	9288	3935.593	16.65382	99.5763
6	ชัยภูมิ	แก้งคร้อ	เทศบาลตำบลแก้งคร้อ	4.1	9156	2233.171	16.10833	102.2577
7	ชัยภูมิ	บ้านเขว้า	เทศบาลตำบลบ้านเขว้า	4.44	8515	1917.793	15.78009	101.9076
8	ชัยภูมิ	ภูเขียว	เทศบาลตำบลภูเขียว	1.94	7016	3616.495	16.36826	102.1344
9	ชัยภูมิ	แมสสำ	เทศบาลตำบลแมสสำ	5.13	19569	3814.62	20.42652	99.88426
10	นครพนม	ธาตุพนม	เทศบาลตำบลธาตุพนม	4.6	10844	2357.391	16.94979	104.7286
11	นครศรีธรรมราช	สิชล	เทศบาลตำบลสิชล	3.5	7073	2020.857	9.006997	99.9015
12	นครสวรรค์	ไพศาลี	เทศบาลตำบลไพศาลี	7.1	11084	1561.127	15.59987	100.6571
13	นครสวรรค์	หนองบัว	เทศบาลตำบลหนองบัว	6.25	12161	1945.76	15.8703	100.5968
14	นราธิวาส	รือเสาะ	เทศบาลตำบลรือเสาะ	3.11	7501	2411.897	6.378955	101.5079
15	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	เทศบาลตำบลประโคนชัย	4.25	10443	2457.176	14.60955	103.0817
16	บุรีรัมย์	ละหานทราย	เทศบาลตำบลละหานทราย	3.94	8632	2190.863	14.41354	102.8582

ภาพที่ 16 ตัวอย่างการจัดเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2564

■ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

ภายหลังจากการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวจากการเก็บข้อมูลจำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวมในข้างต้นแล้วนั้น ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปจำนวนของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละประเภทโดยใช้คำสั่ง Pivot Table ในโปรแกรม Microsoft Excel หลังจากได้ข้อมูลจำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวมและจำนวนแหล่งท่องเที่ยวตามการจำแนกทั้ง 6 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวในทั้ง 55 จังหวัดแล้วนั้น ทางผู้วิจัยจึงได้มีการนำชุดข้อมูลดังกล่าวมาคำนวณผ่านการใช้สูตรหาดัชนีความหลากหลายโดยมีการประยุกต์มาจากสูตรหาดัชนีความหลากหลายทางชีวภาพ (Simpson, 1949) เพื่อที่จะสามารถวัดค่าของความหลากหลายของการมีอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดได้ โดยสูตรในการวัดดัชนีความหลากหลายในรูปของร้อยละ คือ

$$\text{ดัชนีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว} = 100 - \sum \left[\left(\frac{n_i}{n} \times 100 \right) - \left(\frac{100}{S} \right) \right]$$

เมื่อ	n_i	=	จำนวนในแต่ละประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
	n	=	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งจังหวัด
	S	=	จำนวนประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

■ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การเก็บข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps นั้นจะมีการเก็บข้อมูลค่าคะแนนการรีวิวจากผู้ที่เคยไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอยู่รวมมาในชุดข้อมูลเดียวกัน ซึ่งทางผู้วิจัยจะทำการเก็บค่าคะแนนการ รีวิวของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และทำการจัดเก็บใน 2 รูปแบบ รูปแบบแรกคือค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนการรีวิวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภททั้ง 6 ประเภทที่จำแนกในข้างต้น และในรูปแบบที่สองคือการนำค่าคะแนนการรีวิวมาหาค่าเฉลี่ยของคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในจังหวัดนั้นๆ และนำมาใช้ในข้อมูล องค์ประกอบย่อยในประเด็นคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อไป



ภาพที่ 17 รายละเอียดค่าคะแนนการรีวิวแหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps

ที่มา : Google Maps,2564

ป้ายชื่อแถว	นับจำนวน ของ label_final	ค่าเฉลี่ย ของ Rating
tourist attraction	148	4.309160305
Adventure	2	4.6
Community	1	
Cultural & Historical	62	4.222580645
Learning	16	4.39
Natural	62	4.405660377
Sport and Entertainment	5	4.025

ภาพที่ 18 การจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและค่าคะแนนการรีวิวแหล่งท่องเที่ยวด้วยคำสั่ง Pivot Table

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2564

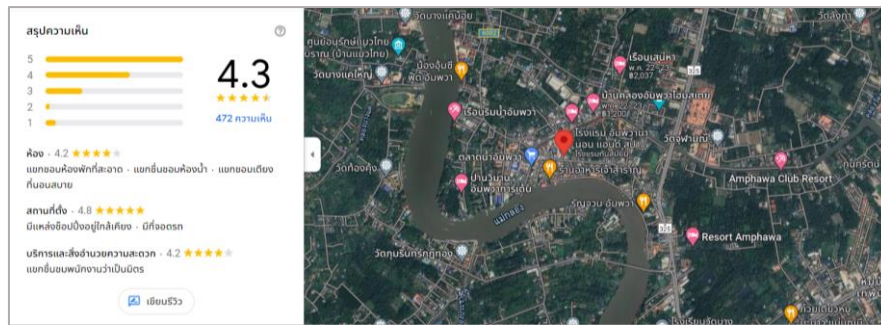
– องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

▪ จำนวนสิ่งแวดล้อม

จัดเก็บข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps และวางแผนขั้นตอนในการจัดเก็บ จำนวนสิ่งแวดล้อมในแต่ละจังหวัด โดยจะทำการเก็บจำนวนสิ่งแวดล้อมทั้งหมด 4 ประเภท คือ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พัก ผ่านการค้นหาคำดังกล่าวในแพลตฟอร์ม Google Maps และเก็บข้อมูลตำแหน่งของสถานที่ที่ปรากฏขึ้นมาในแต่ละขอบเขตการค้นหาของแต่ละจังหวัด ซึ่งได้มีการกำหนดระดับขอบเขตค้นหาตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบไปด้วย จังหวัด อำเภอบางละมุง เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบลในแต่ละ 55 จังหวัดที่อยู่ในรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรอง และทำการรวบรวมจำนวนสิ่งแวดล้อมรวมในแต่ละจังหวัดลงในโปรแกรม Microsoft Excel และใช้คำสั่ง Pivot Table เพื่อสรุปข้อมูลจำนวนมากแล้วนำมาใช้เป็นข้อมูลองค์ประกอบย่อยในประเด็นของจำนวนสิ่งแวดล้อมรวมในแต่ละจังหวัด อีกทั้งทำการเก็บจำนวนสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวจำแนก 4 ประเภท อันประกอบไปด้วย ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พัก

▪ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม

ในการเก็บข้อมูลรายละเอียดของสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พักผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps นั้น จะมีการเก็บข้อมูลคะแนนการรีวิวจากผู้ที่เคยไปเยือนสถานที่เหล่านั้นอยู่รวมมาในชุดข้อมูลเดียวกัน ซึ่งทางผู้วิจัยจะทำการเก็บค่าคะแนนการรีวิวของแต่ละประเภทขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภทในแต่ละจังหวัด และทำการจัดเก็บข้อมูลใน 2 รูปแบบ รูปแบบแรกคือค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนการรีวิวในสิ่งแวดล้อมแต่ละประเภททั้ง 4 ประเภทที่จำแนกในข้างต้น และในรูปแบบที่สองคือการนำค่าคะแนนการรีวิวมาหาค่าเฉลี่ยของคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวมในจังหวัดนั้นๆ และนำมาใช้ในข้อมูลองค์ประกอบย่อยในประเด็นสิ่งแวดล้อมต่อไป



ภาพที่ 19 รายละเอียดค่าคะแนนการรีวิวสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทที่พัก ผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps

ที่มา : Google Maps,2564

ป้ายชื่อแถว	นับจำนวน ของ label_final	ค่าเฉลี่ย ของ Rating
cafe	795	4.472442589
hotel	102	4.251764706
restaurant	1532	4.320190275
retail	1749	4.381525626
	4178	4.356480799

ภาพที่ 20 การจำแนกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าคะแนนการรีวิวของสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยคำสั่ง Pivot Table

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2564

– องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง

ประเภทของข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงนั้นจะมีการแบ่งตามระบบการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด และเป็นระบบการเดินทางที่มีฐานข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งจะถูกแบ่งเป็น 2 ระบบการเดินทาง คือการคมนาคมทางอากาศและการคมนาคมทางบก ซึ่งจะมีรายละเอียดในการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

■ ระบบคมนาคมทางอากาศ

การเก็บรวบรวมชุดข้อมูลของระบบคมนาคมทางอากาศนั้น จะมีการเก็บข้อมูลอยู่ 3 ส่วนด้วยกัน ประกอบไปด้วย

- จำนวนสนามบินในรัศมีในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมือง
- ระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมือง
- จำนวนเที่ยวบินของของสนามบินในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมือง

โดยในการเก็บข้อมูลดังกล่าวนี้จะใช้โปรแกรมประยุกต์ด้านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์อย่าง Quantum GIS มาเป็นเครื่องมือในการวัดระยะของจำนวนสนามบินในรัศมี ซึ่งในขั้นแรกผู้วิจัยจะทำการเก็บพิกัดของตำแหน่งศูนย์กลางของจังหวัดหรือในที่นี้ใช้ตำแหน่งของศาลากลางในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ประกอบกับการเก็บพิกัดของท่าอากาศยานในประเทศที่มีการใช้งานเชิงพาณิชย์จำนวน 35 แห่ง อันประกอบไปด้วย ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานกระบี่ ท่าอากาศยานสมุย ท่าอากาศยานอุดรธานี ท่าอากาศยานเชียงราย ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ท่าอากาศยานอุตะเถา ท่าอากาศยานอุบลราชธานี ท่าอากาศยานขอนแก่น ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช ท่าอากาศยานตรัง ท่าอากาศยานพิษณุโลก ท่าอากาศยานนครพนม ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด ท่าอากาศยานน่านนคร ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานบุรีรัมย์ ท่าอากาศยานลำปาง ท่าอากาศยานเลย ท่าอากาศยานนราธิวาส ท่าอากาศยานระนอง ท่าอากาศยานแม่สอด ท่าอากาศยานตราด ท่าอากาศยานชุมพร ท่าอากาศยานแพร่ ท่าอากาศยานสุโขทัย ท่าอากาศยานแม่ฮ่องสอน ท่าอากาศยานหัวหิน ท่าอากาศยานนครราชสีมา ท่าอากาศยานปาย และท่าอากาศยานเพชรบูรณ์

ภายหลังจากจัดเก็บตำแหน่งพิกัดของข้อมูลแล้วนั้นจึงนำข้อมูลพิกัดมาใส่ลงในโปรแกรม Quantum GIS เพื่อให้ปรากฏตำแหน่งของศูนย์กลางในแต่ละจังหวัดพร้อมตำแหน่งท่าอากาศยานทั้ง 35 แห่ง แล้วใช้คำสั่ง Nearest Neighbor ในการค้นหาสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางจังหวัดที่สอดคล้องกับแนวคิดเมืองการบิน (aerotropolis) โดย John D. Kasarda ที่กล่าวไว้ว่าระยะจากท่าอากาศยานที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวจะครอบคลุมรัศมีพื้นที่ประมาณระยะ 90 กม. จากท่าอากาศยาน โดยภายหลังจากการได้รายชื่อและจำนวนของท่าอากาศยานที่อยู่ในรัศมี 100 กม.ในแต่ละจังหวัดเมืองรองแล้วนั้น จึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลระยะทางรวมของท่าอากาศยานในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมืองของแต่ละจังหวัดและเก็บข้อมูลจำนวนเที่ยวบินรวมของขาลงในจังหวัดนั้นๆของทุกท่าอากาศยานที่อยู่ในรัศมีจากฐานข้อมูลบริษัทท่าอากาศยานไทย

■ ระบบคมนาคมทางบก

การเก็บรวบรวมชุดข้อมูลของระบบคมนาคมทางบกนั้นจะมีการเก็บข้อมูลอยู่ 2 ส่วน ประกอบไปด้วยจำนวนสถานีขนส่งทางบกและจำนวนสถานีรถไฟ ซึ่งทั้ง

สองข้อมูลนี้จะมีฐานข้อมูลที่จัดเก็บโดยหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบ ประกอบไปด้วย
องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพและการรถไฟแห่งประเทศไทย

ซึ่งจะสามารถจัดทำตารางสรุปการเก็บข้อมูลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3
องค์ประกอบ ซึ่งจะประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการเข้าถึง ได้ดังตารางที่ 10



ตารางที่ 10 ตารางสรุปวิธีการจัดเก็บข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวในบริบทของหน่วยงานในประเทศไทย

อันดับ	องค์ประกอบการท่องเที่ยว ตามแนวคิด 3A's	องค์ประกอบย่อย	รายละเอียดข้อมูล	วิธีการจัดเก็บข้อมูลในบริบท หน่วยงานในประเทศไทย	ปีจัดเก็บ
1	สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนแหล่งท่องเที่ยว - ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและ - ความบันเทิง - จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย - ดัชนีความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง 	<ul style="list-style-type: none"> - เก็บจำนวน ประเภทและผลคะแนนคุณภาพของสถานที่ผ่าน - การดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Google map - ตรวจสอบชุดข้อมูลผ่านเว็บไซต์ thailandtourismdirectory ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี พ.ศ. 2564 	2564

			<ul style="list-style-type: none"> - คะแนนคุณภาพเฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย 				
2	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนที่พัก - จำนวนร้านอาหาร - จำนวนร้านกาแฟ - จำนวนร้านค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เก็บจำนวน ประเภทและผลคะแนนคุณภาพของสถานที่ผ่าน การดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Google map - ตรวจสอบชุดข้อมูลผ่านเว็บไซต์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 	2564		
			<ul style="list-style-type: none"> - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของที่พัก - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านอาหาร - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านกาแฟ - ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนคุณภาพของร้านค้า 				
3	ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนที่พัก - จำนวนร้านค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนที่พักที่ติดตั้งของ สนามบินในประเทศไทย - จำนวนร้านค้าที่ท่าอากาศยานไทย และบริษัทท่าอากาศยานไทย และที่พักจุดศูนย์กลางเมืองโดยยึดศาลากลางในแต่ละ 	2562,2564		
			<ul style="list-style-type: none"> - ระยะทางจากจุดศูนย์กลางเมืองถึงสนามบิน 				

			จำนวนเทียบวินของของสนามบิน	จำนวนเทียบวินของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง	จังหวัดเมืองรอง และนำมาหาจำนวนและระยะทางของสนามบินในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมือง โดยคำสั่ง Near ในโปรแกรม QGIS	
		จำนวนเทียบวินของสนามบิน	จำนวนเทียบวินของสนามบิน	จำนวนเทียบวินของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง	-	
			จำนวนสถานีขนส่งทางบก	จำนวนสถานีขนส่งทางบก	-	
			จำนวนสถานีรถไฟ	จำนวนสถานีรถไฟ	-	
		๒๕๕๗-๒๕๖๕			-	เก็บข้อมูลจำนวนและรายชื่อสถานีขนส่งจากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
		๒๕๖๖-๒๕๖๘			-	เก็บข้อมูลจำนวนและรายชื่อสถานีจากการรถไฟแห่งประเทศไทย
						2565
						2564

3.3.2 การเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่ว่าคุณภาพจากพฤติกรรมการจับจ่ายและการพักค้าง

จากการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่คุณภาพจากงานวิจัยที่ผ่านมาทำให้สามารถระบุได้ถึงศักยภาพของพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและการพักค้างที่จะมีความแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างชัดเจน ซึ่งในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและการพักค้างนั้นจะสามารถเก็บได้จากฐานข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวที่มีการรวบรวมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้มีการเผยแพร่เป็นสาธารณะผ่านเว็บไซต์ <https://www.mots.go.th> ซึ่งจะมีการรวบรวมข้อมูลสถิติการท่องเที่ยว อาทิ จำนวนและรายได้ของผู้เยี่ยมเยือน นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน ระยะเวลาการพำนัก เป็นต้น โดยจะมีการจำแนกเป็นรายปีของแต่ละภูมิภาคไปจนถึงการลงรายละเอียดแยกทั้ง 77 จังหวัด

ในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในด้านการใช้นั้นทางผู้วิจัยได้มีการกำหนดในการใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วงปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นช่วง 5 ปีย้อนหลังก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ ไวรัสโคโรนา 19 เนื่องจากเป็นการประเมินค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในสภาวะปกติของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยว อีกทั้งตัวแปรค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันนั้นตรงกับตัวชี้วัดในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวใน ปี พ.ศ. 2565 ที่มีการมุ่งให้เกิดการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวแทนการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวอย่างในอดีต และในส่วนของพฤติกรรมการพักค้างนั้นจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่ผ่านมาได้มีการระบุถึงตัวแปรอย่างระยะเวลาในการพำนักของการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ทำการสังเกตชุดข้อมูลจากฐานข้อมูลที่เก็บโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าชุดข้อมูลระยะเวลาการพำนักของแต่ละจังหวัดในแต่ละปีนั้นยังไม่มี ความแตกต่างกันของตัวเลขมากนักซึ่งเป็นไปได้ยากในการประเมินศักยภาพในการดึงดูดการพักค้างในละจังหวัด ทางผู้วิจัยจึงได้พิจารณาในการใช้การประเมินจากจำนวนผู้พักค้างในพื้นที่แทนชุดข้อมูลดังกล่าว และนำมาสู่การใช้ข้อมูลสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดนั้นๆ ซึ่งจะสามารถเก็บข้อมูลดังกล่าวตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2558- พ.ศ. 2562 โดยจะทำการนำจำนวนนักท่องเที่ยวหรือที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำนิยามไว้ว่าเป็นบุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปค้างคืนยังอีกสถานที่หนึ่งอย่างน้อย 1 คืน มาหารด้วยผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดและปรับตัวเลขให้ออกมาในรูปของร้อยละเพื่อจะได้สัดส่วนผู้พักค้างในแต่ละจังหวัดออกมา

3.4 การจัดทำข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก

ส่วนที่ 1 การจัดทำข้อมูลตัวแปรก่อนที่จะนำข้อมูลไปหาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ซึ่งจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ ค่าคะแนนมาตรฐาน เป็นต้น เพื่อปรับหน่วยของข้อมูลให้เป็นหน่วยเดียวกันและสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันได้

ส่วนที่ 2 การจัดกลุ่มเมืองที่มีการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้าง รวมไปถึงกลุ่มขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ตามค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) โดยจะใช้การจัดกลุ่มด้วยวิธีแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดพฤติกรรมการใช้จ่ายและพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ด้วยการสร้างสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งเป็นวิธีในการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรอง

โดยในหัวข้อ 3.4 การจัดทำข้อมูลนี้จะอธิบายถึงขั้นตอนในส่วนที่ 1 ซึ่งจะเป็นการจัดทำข้อมูลตัวแปรก่อนที่จะนำข้อมูลไปหาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ โดยจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.4.1 การจัดทำข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยพบว่าด้วยความที่มีการใช้ข้อมูลตัวแปรที่หลากหลายมิติส่งผลให้หน่วยของข้อมูลมีความหลากหลายด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงทำให้ไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ จึงจำเป็นต้องทำข้อมูลให้ออกมาในรูปของค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันได้ โดยสูตรการทำข้อมูลให้ออกมาในรูปแบบค่าคะแนนมาตรฐานมีลักษณะ (Z-score) ดังนี้

$$Z\text{-score} = \frac{X - \bar{X}}{S.D.}$$

เมื่อ	Z-score	คือ	ค่าคะแนนมาตรฐาน
	X	คือ	คะแนนดิบ
	\bar{X}	คือ	ค่าเฉลี่ย
	S.D.	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ภายหลังจากการนำชุดข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับย่อยมาทำให้ออกมาในรูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐานแล้วนั้น จึงนำผลองค์ประกอบย่อยในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักมารวมและหารด้วยจำนวนของตัวแปร เพื่อหาค่าคะแนนมาตรฐานของแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 3 องค์ประกอบ อันประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ซึ่งจะได้สมการคือ

$$X_{in} = (X_1 + X_2 + \dots + X_n) / n$$

เมื่อ	X_{in}	คือ	ค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวหลัก
	X_1	คือ	ค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบย่อยที่ 1
	X_2	คือ	ค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบย่อยที่ 2
	n	คือ	จำนวนองค์ประกอบย่อยที่นำมาคิด

3.4.2 การจัดทำข้อมูลค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพฤติกรรมกรการจองจ่ายและการพักค้างโดยใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในช่วงปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ.2562 ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำแนกรายปีของแต่ละจังหวัดทั้ง 55 เมืองรองที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้นั้น พบว่าทั้งสองชุดข้อมูลนี้มีหน่วยของข้อมูลที่แตกต่างกันจึงต้องทำการปรับชุดข้อมูลแต่ละตัวแปรให้มีค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) ตามสูตรที่ปรากฏในข้างต้น ภายหลังจากได้ค่าคะแนนมาตรฐานของข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนแล้วนั้นจึงทำการรวมค่าคะแนนมาตรฐานของทั้งสองชุดข้อมูลและหารด้วยจำนวนของตัวแปรเพื่อหาค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมกรใช้จ่ายและการพักค้าง ซึ่งจะได้สมการคือ

$$x_{in} = (x_1 + x_2 + \dots + x_n) / n$$

เมื่อ	x_{in}	คือ	ดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง
	x_1	คือ	ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน ในช่วงปี พ.ศ. 2558 -2562
	x_2	คือ	สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2562
	n	คือ	จำนวนของตัวแปรที่นำมาคิด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หัวข้อ 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะเป็นการอธิบายถึงการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ส่วนที่เหลือจากที่กล่าวมาในข้างต้น ประกอบไปด้วย การจัดกลุ่มคุณลักษณะของจังหวัดในกลุ่มเมืองรองทั้งจากชุดข้อมูลของคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) ของข้อมูลดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง พร้อมทั้งค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวหลัก โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลให้เกิดการจัดกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)

และในส่วนสุดท้ายของการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ด้วยการสร้างสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อจะสามารถเรียงลำดับความสำคัญและวางทิศทางของการพัฒนาการองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและสร้างศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างต่อไปในอนาคต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนนี้จะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

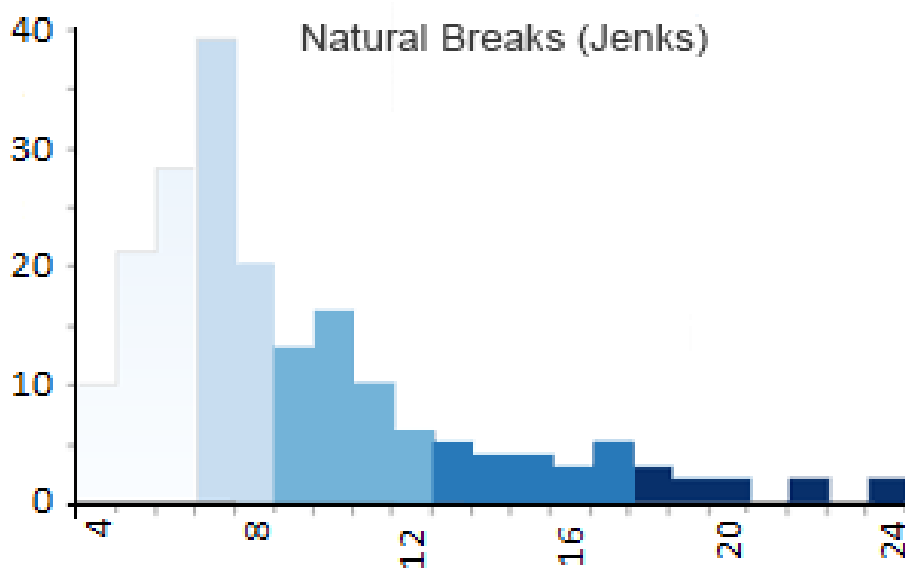
3.5.1 การจัดกลุ่มคุณลักษณะของเมืองรอง

การจัดกลุ่มคุณลักษณะของเมืองรองนั้นจะมีการจัดกลุ่มแบ่งเป็น 2 คุณลักษณะด้วยกัน ในการจัดกลุ่มเมืองรองตามคุณลักษณะแรก คือ การจัดกลุ่มเมืองรองตามระดับคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) ของข้อมูลดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558- พ.ศ.2562) เพื่อจะสามารถจัดกลุ่มจังหวัดเมืองรองตามคุณลักษณะและสามารถนำไปวางแผนลำดับความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตามกลุ่มคุณลักษณะการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี ปานกลาง และต่ำ

และในการจัดกลุ่มคุณลักษณะในรูปแบบที่สองคือ การจัดกลุ่มเมืองรองตามระดับคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) ของข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งหลักทั้ง 3 ด้าน ประกอบไป

ด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง หรือ อีกนัยยะหนึ่งคือการวิเคราะห์ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในฝั่งอุปทานหรือฝั่งของพื้นที่ว่าในปัจจุบันมีคุณลักษณะในแต่ละด้านขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร เพื่อจะสามารถค้นพบถึงความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวว่ามีค่าคะแนนในระดับดี ปานกลาง หรือน้อย ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสม

โดยในการจัดกลุ่มคุณลักษณะของเมืองจากทั้ง 2 ชุดข้อมูลของค่าคะแนนมาตรฐานอันประกอบไปด้วย ชุดข้อมูลดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2562 และชุดข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักในแต่ละด้าน ผู้วิจัยจะพิจารณาการคัดเลือก Cluster ตามความเหมาะสมของบริบทของชุดข้อมูล จึงได้มีการหยิบยกเทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) มาใช้ในจัดกลุ่มจากชุดข้อมูลตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานของดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558- พ.ศ.2562) และข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งหลักทั้ง 3 ด้าน



ภาพที่ 21 ตัวอย่างแผนภูมิแท่งแสดงเทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)

ที่มา : GISgeography, 2021

3.5.2 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์

ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองนั้น ทางผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) มาใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของชุดตัวแปรดังกล่าว ซึ่งจะสามารถอธิบายถึงการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์จากสมการได้ ดังนี้

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + e$$

เมื่อ	y	คือ	ตัวแปรตาม หรือ ดัชนีของเมืองรองในการดึงดูด ค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง
	x	คือ	ตัวแปรอิสระ หรือ องค์ประกอบการท่องเที่ยว
	β_0	คือ	ค่าเริ่มต้นของเส้นสมการถดถอย
	$\beta_1 - \beta_n$	คือ	สัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ 1 ถึงตัวที่ n
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่มโดยที่ค่า i

โดยที่ค่า β_i เป็นค่าที่แสดงว่าเมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ตัวแปรตามเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด ขณะที่ตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่ (วรายุทธ นรินนอก และณัฐภูมิ ศรีสุวรรณ, 2561)

บทที่ 4

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

จากงานวิจัยองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ภายหลังจากทราบถึงระเบียบวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรม และการจัดทำข้อมูลศึกษาในข้างต้นแล้วนั้น ต่อมาผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาหรือก็คือกลุ่มจังหวัดทั้ง 55 จังหวัดที่กระจายตัวทั้ง 5 ภูมิภาคที่ได้มีการระบุไว้ในรายชื่อเมืองรองที่ได้มีการกำหนดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รวมทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาไว้ว่าเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี เพื่อนำมาประเมินและจัดกลุ่มชุดข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของพื้นที่ ซึ่งจะทำการจัดกลุ่มข้อมูลตามระดับค่าคะแนนมาตรฐาน โดยจะใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ในการจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนดังกล่าว ใน 2 ชุดข้อมูลอันประกอบไปด้วย ลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562) และลักษณะขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน อันประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านความสามารถในการเข้าถึง ในปัจจุบันของทุกจังหวัดเมืองรองของประเทศไทย

อีกทั้งได้มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ในอีกนัยยะหนึ่งคือการหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีผลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายสูงและการพักค้างมายังพื้นที่ ผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมในเมืองรองแต่ละบริบท

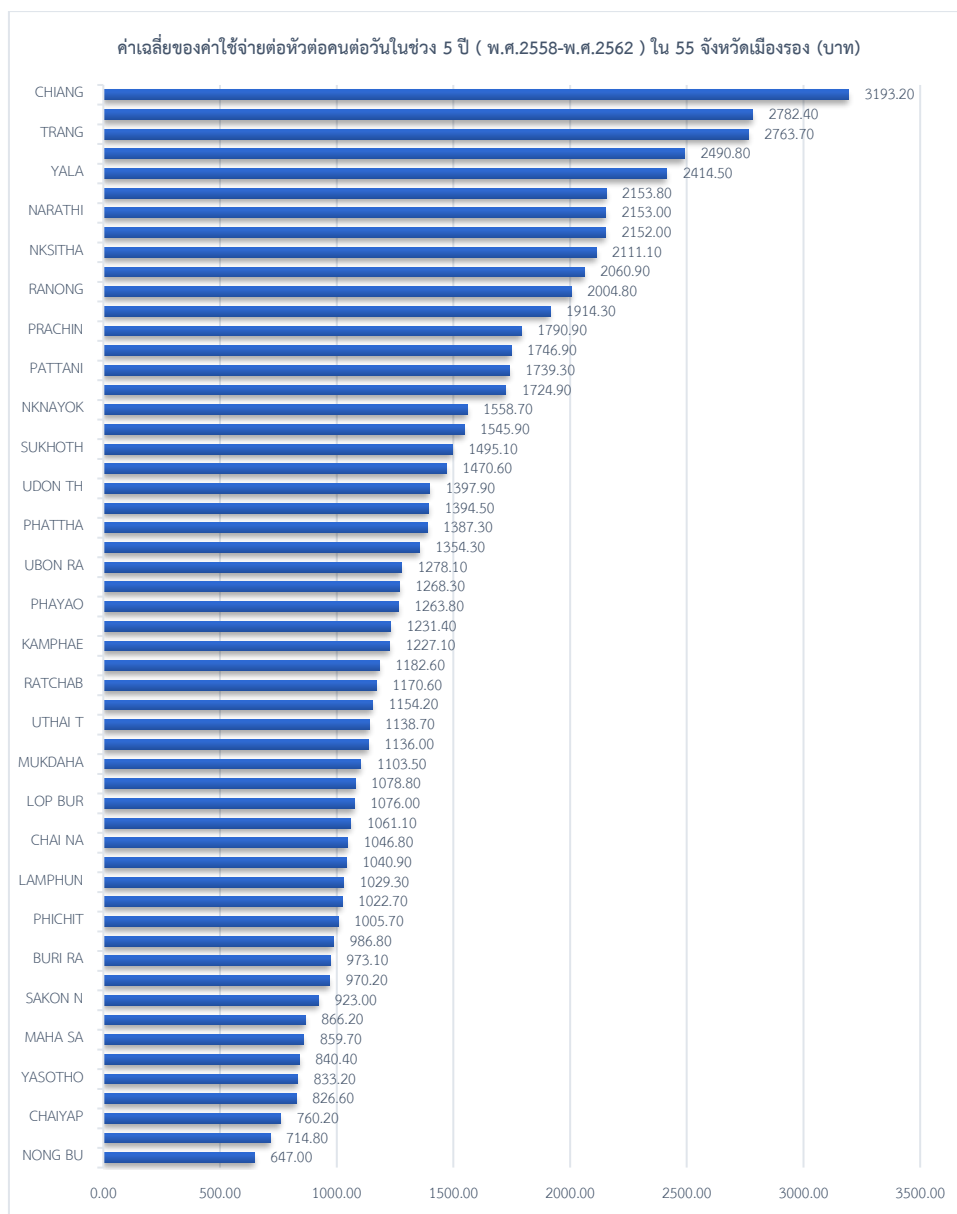
4.1 ลักษณะการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562)

ในการศึกษาถึงลักษณะการกระจายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่คาดว่าจะเป็กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่เป็นนักท่องเที่ยวเป้าหมายในกลุ่มจังหวัดเมืองรองของประเทศไทยนั้น ในงานวิจัยฉบับนี้ได้มีการกำหนดนิยามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยในประเด็นนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและการพักค้าง โดยภายหลังจากผ่านขั้นตอนการเก็บข้อมูลและการ

จัดทำข้อมูลการใช้จ่ายและการพักค้างที่ได้มีการเก็บในฐานข้อมูลของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น พบว่าได้มีการสรุปถึงตัวแปรที่จะใช้ในการวิเคราะห์ถึงนักท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ซึ่งจะสามารถจำแนกการอธิบายถึงลักษณะการกระจายตัวของตัวแปรดังกล่าวในพื้นที่ศึกษาได้ 3 ชุดข้อมูลในช่วง 5 ปี คือ การกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน การกระจายตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน และการดูภาพรวมของการกระจายตัวของตัวแปรทั้ง 2 ในพื้นที่ศึกษา

4.1.1 ลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในเมืองรอง (พ.ศ.2558 – พ.ศ.2562)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด จากฐานข้อมูลที่มีการรวบรวมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2558-พ.ศ.2562 แล้วนำชุดข้อมูลทั้ง 5 ปีนั้นมาทำการหาค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในแต่ละจังหวัด ซึ่งจะพบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดอยู่ที่ประมาณ 647 – 3,193 บาท หรือหากทำการหาค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในทุกจังหวัดแล้วจะอยู่ที่ประมาณ 1,427.59 บาท

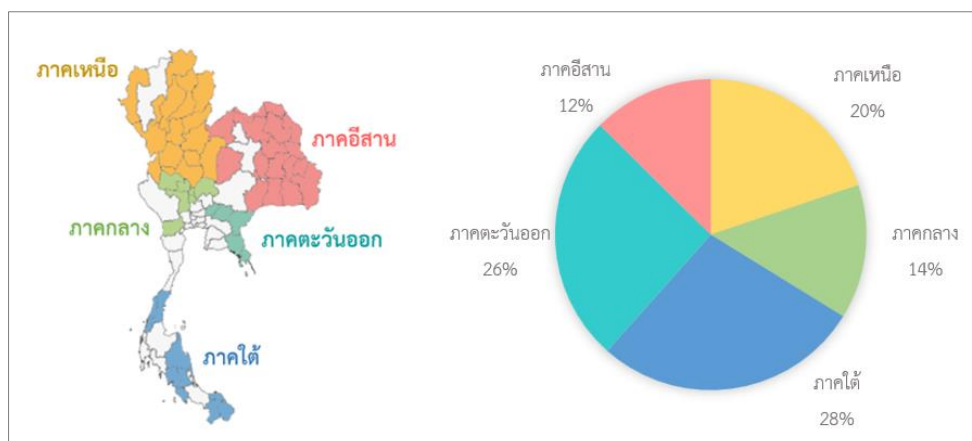


ภาพที่ 22 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ใน 55 จังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ซึ่งหากจะระบุถึงการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันแบ่งตามเมืองรองที่อยู่ในระดับภูมิภาคทั้ง 5 ภูมิภาคในประเทศไทยนั้นจะพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการกระจุกตัวอยู่ในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคเหนือตามลำดับ โดยที่ค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่ตั้งอยู่ในภาคใต้ที่มีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ที่ 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล จังหวัดชุมพร จังหวัดระนอง จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลา และจังหวัดปัตตานี ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ

2,135.17 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 28 ใกล้เคียงมากับกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคตะวันออกที่มีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ที่ 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสระแก้ว จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดนครนายก ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ 1,987.96 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 26 และในภาคเหนือมีจังหวัดที่อยู่ในรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองจำนวน 16 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดลำพูน จังหวัดอุดรธานี จังหวัดลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดพิจิตร จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดพะเยา ที่มีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ 1,525.68 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20

นอกจากนี้แล้วในส่วนของภูมิภาคที่เหลือนั้นจะพบว่ามีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในแต่ละจังหวัดเมืองรองต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในทุกจังหวัดเมืองรองของทุกภูมิภาคที่มีค่าเฉลี่ยโดยประมาณ คือ 1,427.59 บาท ซึ่งจะประกอบไปด้วยกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคกลางและภาคอีสานตามลำดับ โดยที่ภาคกลางมีจังหวัดที่อยู่ในรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองจำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดลพบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดชัยนาท จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดสิงห์บุรี ที่มีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ 1,074.26 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 14 และสุดท้ายคือภาคอีสานที่มีจังหวัดเมืองรองจำนวน 18 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดยโสธร จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอำนาจเจริญ มีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ 968.37 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 12



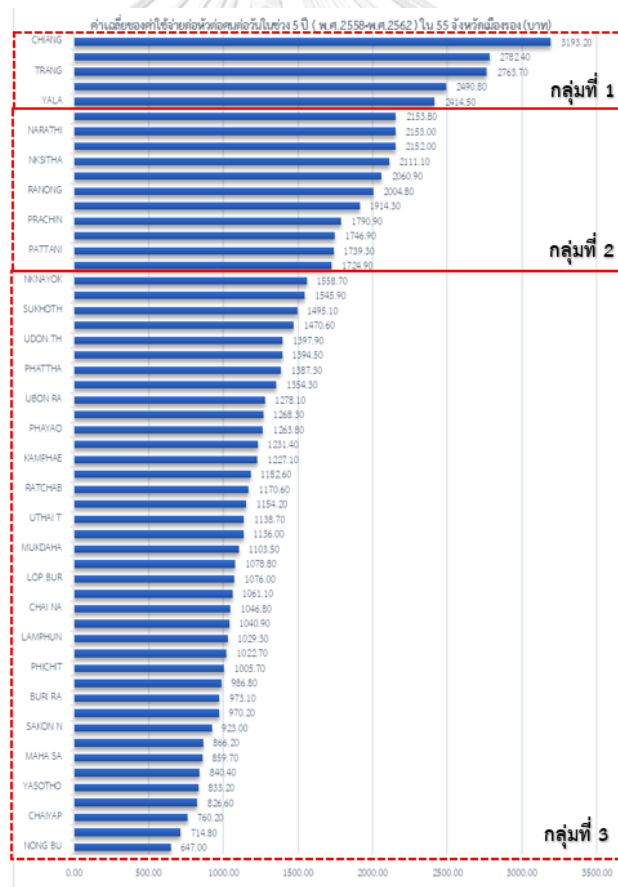
ภาพที่ 23 ร้อยละค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562) ในแต่ละจังหวัดเมืองรองแบ่งตามภูมิภาค
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

อย่างไรก็ดีแม้จะสามารถระบุถึงร้อยละค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (พ.ศ.2558 - 2562) ของแต่ละจังหวัดเมืองรองในระดับภูมิภาคได้นั้น ก็ยังไม่สามารถนำผลที่ได้มาสรุปถึงศักยภาพในการดึงดูดค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันของกลุ่มจังหวัดเมืองรองเพื่อนำไปวางทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละบริบทของจังหวัดเมืองรองได้ เนื่องด้วยในแต่ละภูมิกษณณนั้นต่างมีการรวมตัวของจังหวัดเมืองรองที่มีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันทั้งในระดับสูงปานกลาง และต่ำ

โดยหากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยที่วางแผนนโยบายผนวกตามกลุ่มภูมิภาคนั้นก็อาจจะไม่ส่งผลดีต่อบางจังหวัดเมืองรองที่ยังไม่มีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ทันเทียบเท่ากับจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในระดับดีมาตั้งแต่ต้นหรือลักษณะของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวก็อาจออกมาในรูปแบบของกลยุทธ์การตลาดที่เน้นการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมของแต่ละภูมิภาคจากการประชาสัมพันธ์ในระยะสั้น แต่ไม่ได้มีการวางแผนพัฒนาลึกลงไปสู่การแก้ไขและปรับปรุงองค์ประกอบการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ให้สามารถมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ ซึ่งจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาให้กับพื้นที่ดังเช่นในอดีตที่นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรองที่มีลักษณะความเป็นเมืองท่องเที่ยวที่อยู่ในกระเนียบอยู่แต่เดิม เนื่องจากมีความมั่นใจในการความพร้อมของการบริการมากกว่าในจังหวัดเมืองรองอื่นๆที่อาจยังไม่ได้ได้รับความนิยมนเท่าที่ควรแม้จะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันก็ตาม ซึ่งปัญหาที่จะตามมาภายหลังก็คือการที่เมืองรองที่นักท่องเที่ยวมีการไปกระจุกตัวจะเกิดปัญหาการเกินขีดความสามารถในการรองรับของ

พื้นที่ (Carrying Capacity) ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก ต่อยอดไปถึงปัญหาของความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากข้อค้นพบดังกล่าวส่งผลให้ผู้วิจัยมีความต้องการในการจัดกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดตามระดับของการดึงดูดค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - 2562) เพื่อจะสามารถเห็นถึงสถานการณ์ของพื้นที่ในปัจจุบันว่ามีการดึงดูดค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร และนำไปสู่การวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองแต่ละกลุ่ม ซึ่งการจัดกลุ่มในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) โดยจะจัดกลุ่มตามค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (บาท) ที่ในแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดสามารถดึงดูดจากนักท่องเที่ยวได้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) ออกมาได้ 3 กลุ่ม ทั้งในระดับดี ปานกลางและต่ำ



ภาพที่ 24 การจัดกลุ่มชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันของแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรองในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562) ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในเมืองรอง ช่วงปี พ.ศ. 2558 -พ.ศ. 2562 ทั้ง 55 จังหวัดแล้วพบว่าจะสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่มของระดับเมืองรองในการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในระดับดี ปานกลางและต่ำ ซึ่งจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

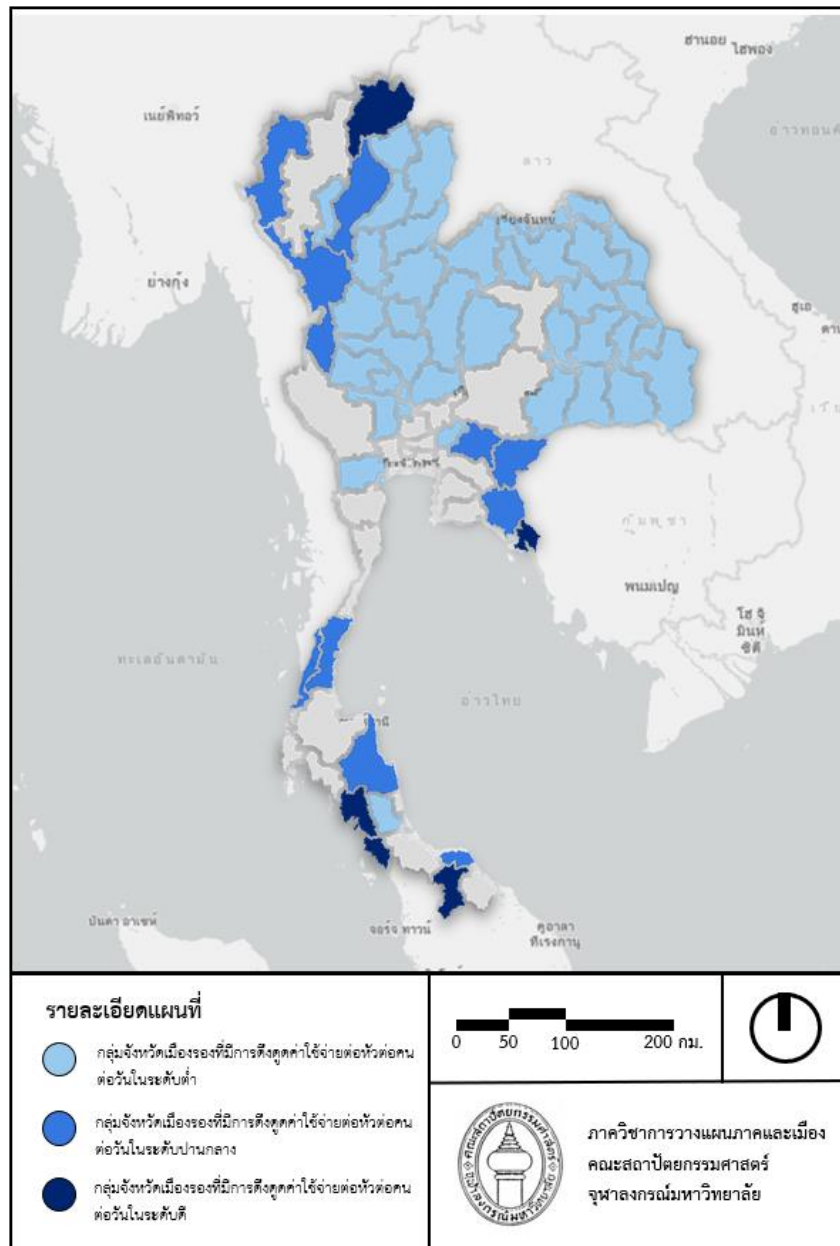
- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในระดับดี เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่าง 2,414.50 - 3,193.20 บาท หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ 2,728.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 47 ของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันรวมทั้ง 55 เมืองรอง ซึ่งมีจำนวน 5 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงราย จังหวัดตราด จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล และจังหวัดยะลา ตามลำดับศักยภาพในการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับดี
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในระดับปานกลาง เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่าง 1,724.90 – 2,153.80 บาท หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ 1,959.26 บาท คิดเป็นร้อยละ 34 ของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันรวมทั้ง 55 เมืองรอง ซึ่งมีจำนวน 11 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดนราธิวาส จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสระแก้ว จังหวัดระนอง จังหวัดลำปาง จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดปัตตานี และจังหวัดตาก ตามลำดับศักยภาพในการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับปานกลาง
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในระดับต่ำ เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการตั้งดูค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่าง 647.00 – 1,558.70บาท หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ 1,110.80 บาท คิดเป็นร้อยละ 19 ของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันรวมทั้ง 55 เมืองรอง ซึ่งมีจำนวน 39 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดนครนายก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดน่าน จังหวัดอุดรธานี จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดแพร่ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุดรดิษฐ์ จังหวัดพะเยา จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัด

กำแพงเพชร จังหวัดหนองคาย จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอุทัยธานี
 จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดลพบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม
 จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลำพูน จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดบึง
 กาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสกลนคร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัด
 มหาสารคาม จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดชัยภูมิ จังหวัด
 อำนาจเจริญ และจังหวัดหนองบัวลำภู ตามลำดับศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อ
 หัวต่อคนต่อวันจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพใน
 ระดับต่ำ

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน
 ทั้งในระดับดี ปานกลาง และต่ำมาแปลงลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศ
 ไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการกระจายตัวและการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน
 ดังภาพที่ 25



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 CHULALONGKORN UNIVERSITY



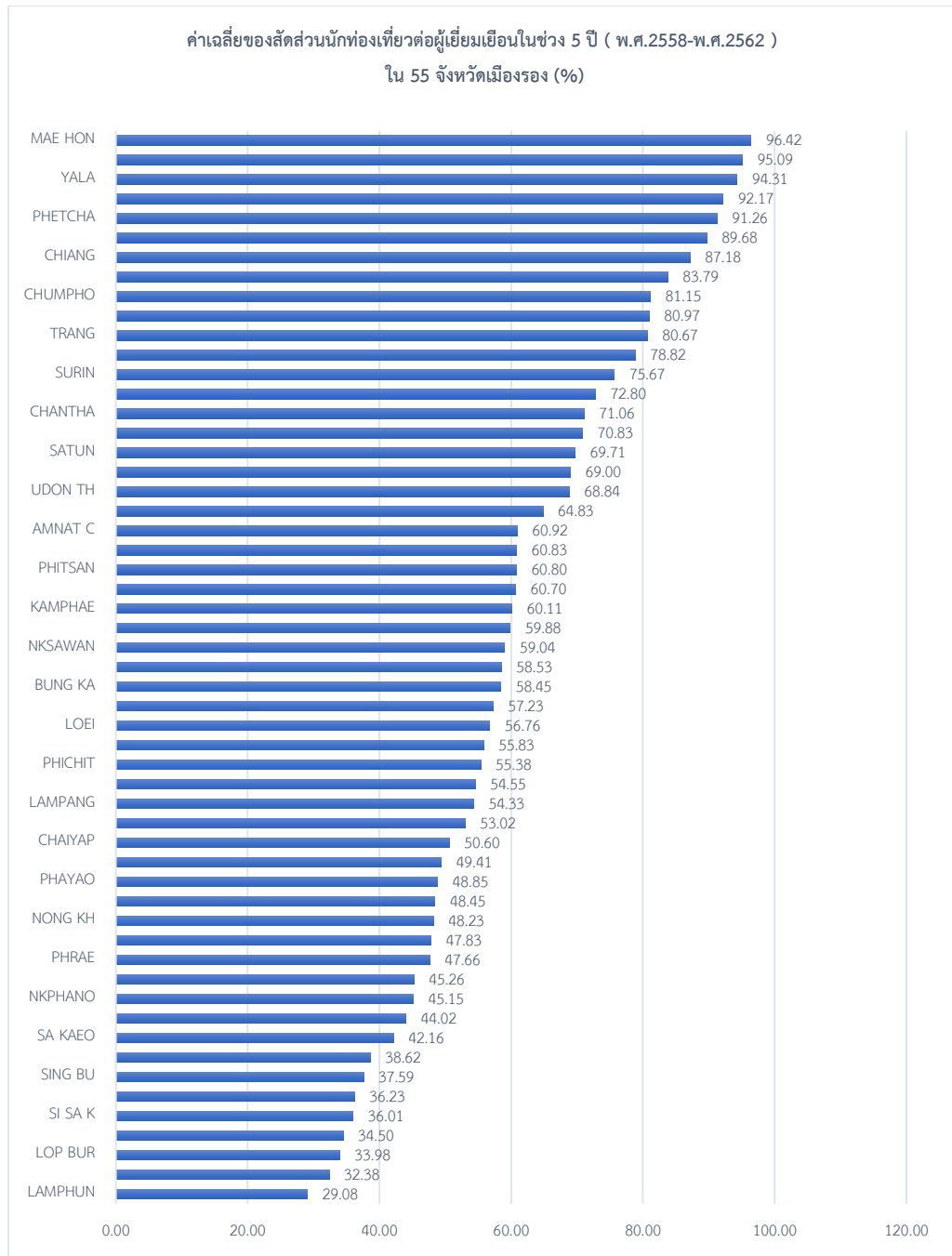
ภาพที่ 25 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันในเมืองรอง ในช่วงปี พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

4.1.2 ลักษณะการกระจายตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรอง (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลระยะเวลาในการพำนักของการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดจากฐานข้อมูลที่มีการรวบรวมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2558-พ.ศ.2562 เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมชุดข้อมูลจากฐานข้อมูลที่เก็บโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้วต้องพบว่าชุดข้อมูลระยะเวลาการพำนักของแต่ละจังหวัดในแต่ละปีนั้นยังไม่มี ความแตกต่างกันของตัวเลขมากนักซึ่งเป็นไปได้ยากในการประเมินศักยภาพในการดึงดูดการพักค้างในละจังหวัด ทางผู้วิจัยจึงได้พิจารณาใช้การประเมินจากจำนวนผู้พักค้างในพื้นที่แทนชุดข้อมูลดังกล่าว จึงได้มีการปรับมาใช้ชุดข้อมูลสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ซึ่งมีกระบวนการในการเก็บข้อมูลจำนวนของนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือนในทุกจังหวัดเมืองรองตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562 แล้วนำมาแปลงชุดข้อมูลทั้ง 2 ชุดให้เป็นชุดข้อมูลในลักษณะของสัดส่วน (Proportion) ในแต่ละจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด แล้วนำปรับเป็นชุดข้อมูลในรูปแบบของร้อยละเพื่อต่อการนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

ซึ่งเมื่อนำชุดข้อมูลสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรองทั้ง 5 ปีนั้นมาทำการหาค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในแต่ละจังหวัดจะพบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดอยู่ที่ร้อยละ 29.08 - 96.42 หรือหากทำการหาค่าเฉลี่ยสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในทุกจังหวัดแล้วจะอยู่ที่ร้อยละ 60.67

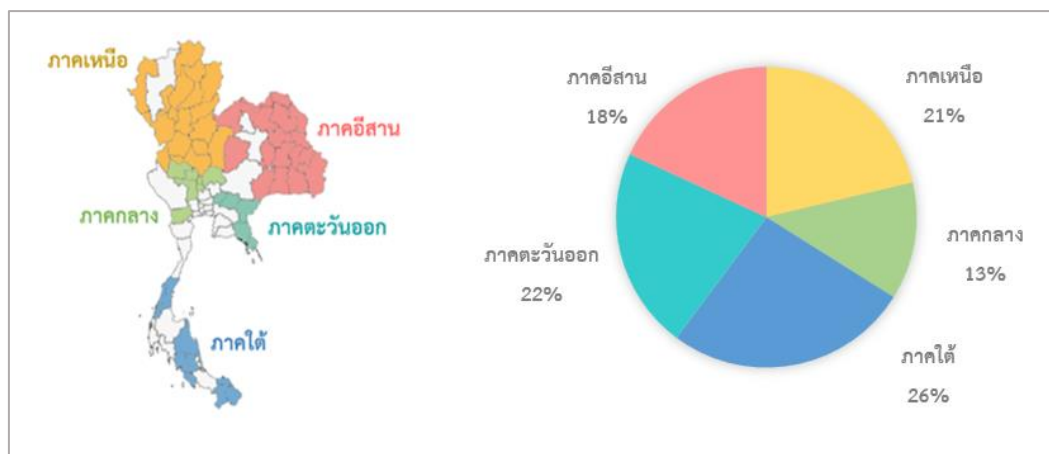


ภาพที่ 26 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ใน 55 จังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ซึ่งหากจะระบุถึงการกระจุกตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562) โดยแบ่งตามเมืองรองที่อยู่ในระดับภูมิภาคทั้ง 5 ภูมิภาคในประเทศไทยนั้น จะพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการกระจุกตัวอยู่ในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคเหนือตามลำดับ โดยที่สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่ตั้งอยู่ในภาคใต้นั้นมีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ที่ 9 จังหวัด มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในกลุ่มจังหวัดเมืองรองภาคใต้อยู่ที่ร้อยละ 79.70 ใกล้เคียงมากับกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคตะวันออกที่มีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ที่ 5 จังหวัด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนอยู่ที่ร้อยละ 65.78 และในภาคเหนือมีจังหวัดที่อยู่ในรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองจำนวน 16 จังหวัด มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนอยู่ที่ร้อยละ 64.59

ในส่วนของภูมิภาคที่เหลือนั้นจะพบว่ามีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในแต่ละจังหวัดเมืองรองต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในทุกจังหวัดเมืองรองของทุกภูมิภาคที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 60.67 ซึ่งจะประกอบไปด้วยกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคอีสาน และภาคกลางตามลำดับ โดยที่ภาคอีสานที่มีจังหวัดเมืองรองจำนวน 18 จังหวัด มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนอยู่ที่ร้อยละ 54.94 และสุดท้ายคือกลุ่มจังหวัดเมืองที่อยู่ในภาคกลางมีจำนวนทั้งสิ้น 7 จังหวัด และมีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนอยู่ที่ร้อยละ 38.30

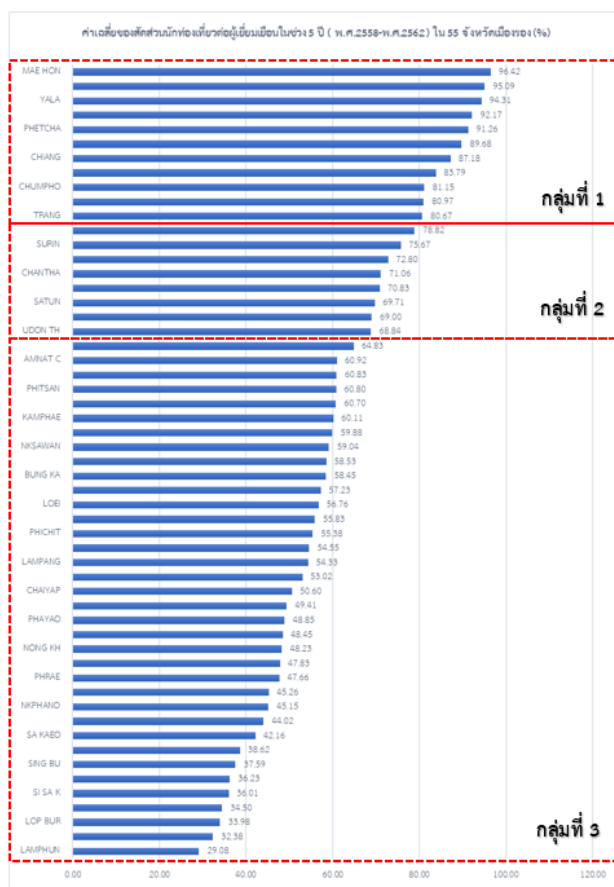
นอกจากนี้เมื่อนำชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนในแต่ละภูมิภาคทั้ง 5 ภาคมาเทียบกับชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนทั้ง 55 เมืองรองในทุกภูมิภาคแล้วนั้น จะพบว่ากลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคใต้ ภาคตะวันออกและภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนเมื่อเทียบกับทั้ง 55 เมืองรองอยู่ที่ร้อยละ 26 22 และ 21 ตามลำดับ ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีกลุ่มจังหวัดเมืองรองมีการดึงดูดผู้พักค้างไปยังพื้นที่ในระดับที่สูงกว่าภาคอีสานและภาคกลางที่มีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนเมื่อเทียบกับทั้ง 55 เมืองรองอยู่ที่ร้อยละ 18 และ 13 ตามลำดับ



ภาพที่ 27 แผนภูมิร้อยละค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน (พ.ศ.2558 -2562) ในแต่ละภูมิภาค
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ตามการดึงดูค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) เพื่อจะสามารถเห็นถึงสถานการณ์ของพื้นที่ในปัจจุบันที่มีการดึงดูนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่เกิน 24 ชั่วโมงหรือนักท่องเที่ยวที่มีการพักค้างในพื้นที่ระหว่างการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่าอาจมีโอกาสนักท่องเที่ยวที่พักค้างเหล่านั้นจะมีการใช้จ่ายในพื้นที่เพิ่มขึ้น

เมื่อทราบสถานการณ์ดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความต้องการในการจัดกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ตามระดับของการดึงดูสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนหรือสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) เพื่อจะสามารถเห็นถึงสถานการณ์ของพื้นที่ในปัจจุบันที่มีการดึงดูนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักค้างเป็นอย่างไร และนำไปสู่การวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองแต่ละกลุ่ม ซึ่งการจัดกลุ่มในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) โดยจะจัดกลุ่มตามสัดส่วนผู้พักค้าง (%) ที่ในแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดสามารถดึงดูได้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) ออกมาได้ 3 กลุ่ม ทั้งในระดับดี ปานกลางและต่ำ



ภาพที่ 28 การจัดกลุ่มชุดข้อมูลสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนของแต่ละจังหวัดในกลุ่มเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562) ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรอง ในช่วงปี พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562 ทั้ง 55 จังหวัดแล้ว พบว่าจะสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่มของระดับการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้ในระดับดี ปานกลางและต่ำ ซึ่งจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในระดับดี

เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่างร้อยละ 80.67 -96.42 หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ร้อยละ 88.43 โดยหากนำมาเทียบกับทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองจะพบว่าการ

ดึงดูดเป็นร้อยละ 42 ของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนรวมทั้ง 55 จังหวัดใน เมืองรอง ซึ่งมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 11 จังหวัด ประกอบไปด้วย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดตราด จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดปัตตานี จังหวัดเชียงราย จังหวัดระนอง จังหวัดชุมพร จังหวัดน่าน และ จังหวัดตรัง ตามลำดับศักยภาพในการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนจาก มากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับดี

- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนใน ระดับปานกลาง

เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่างร้อยละ 68.84-78.82 หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว จะอยู่ที่ร้อยละ 72 และจะถูกคิดเป็นร้อยละ 34 ของค่าเฉลี่ยของสัดส่วน นักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนรวมทั้ง 55 เมืองรอง โดยจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ ในกลุ่มนี้ 8 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดตาก จังหวัดสุรินทร์ จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดจันทบุรี จังหวัดอุดรดิษฐ์ จังหวัดสตูล จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดอุตรธานี ตามลำดับศักยภาพในการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยม เยือนจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับปาน กลาง

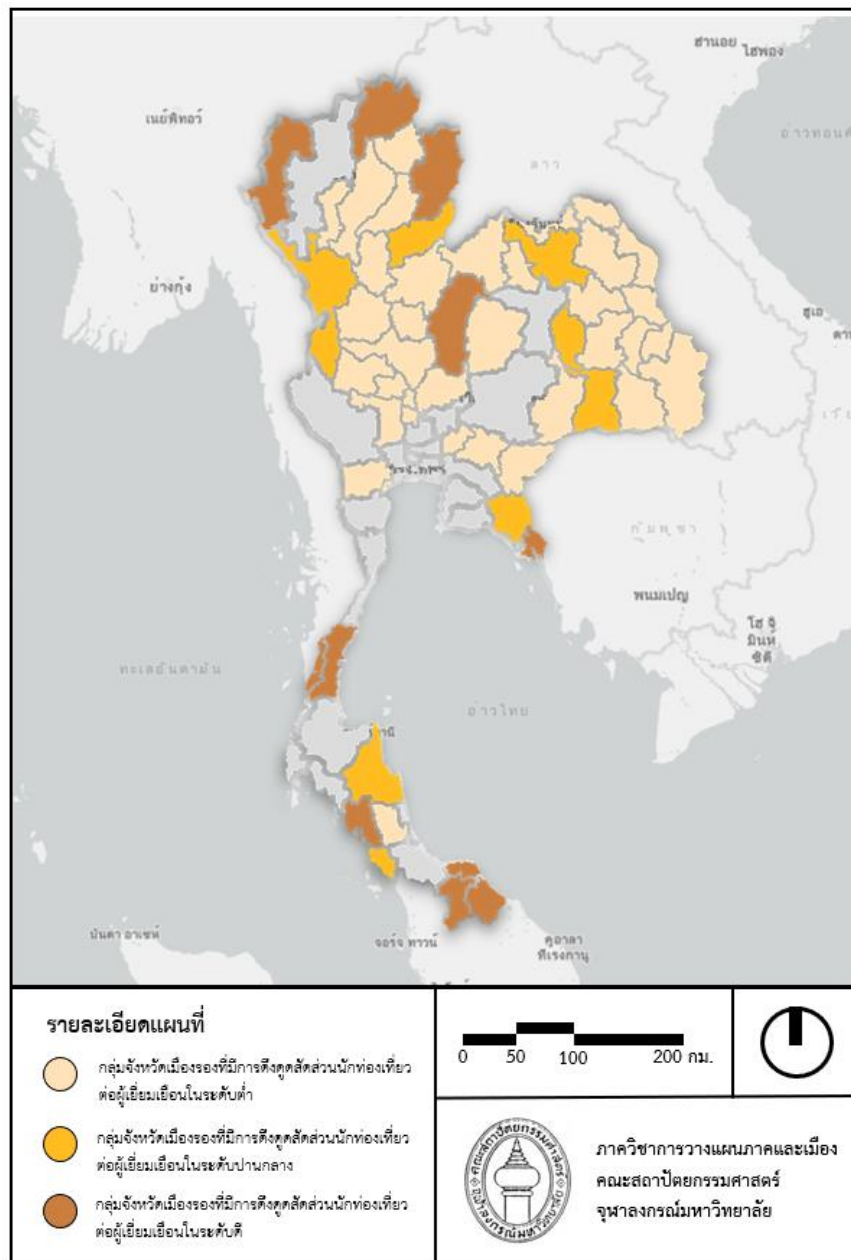
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนใน ระดับต่ำ

เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระหว่างร้อยละ 29.08-64.83 หรือหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้ว จะอยู่ที่ร้อยละ 49 และจะถูกคิดเป็นร้อยละ 24 ของค่าเฉลี่ยของสัดส่วน นักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนรวมทั้ง 55 เมืองรอง โดยจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองอยู่ ในกลุ่มนี้ 36 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดสุโขทัย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัด ร้อยเอ็ด จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดนครนายก จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดสกลนคร จังหวัดเลย จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดพิจิตร จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดลำปาง จังหวัดพัทลุง จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดพะเยา จังหวัดโยโสธร จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดแพร่ จังหวัดชัยนาท จังหวัดนครพนม จังหวัดราชบุรี

จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดลพบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดลำพูน ตามลำดับศักยภาพในการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับต่ำ

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนทั้งในระดับดี ปานกลาง และต่ำมาแปลงลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการกระจายตัวและการกระจุกตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและมีการพักค้างในพื้นที่ ดังภาพที่ 29



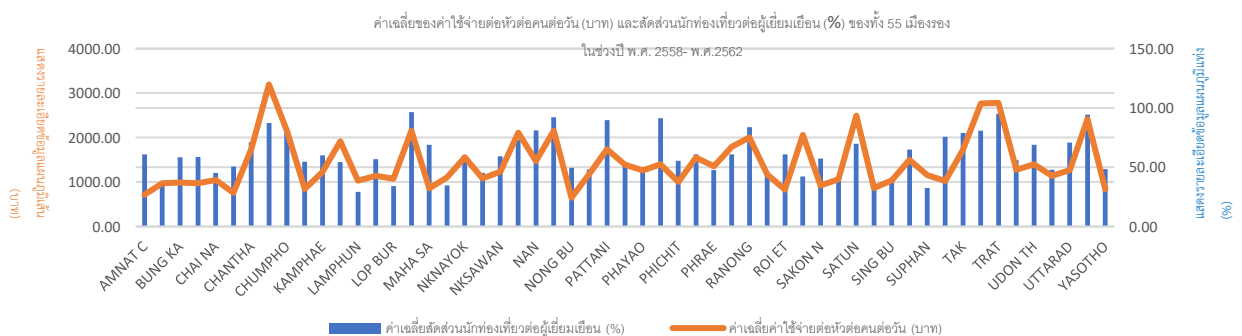


ภาพที่ 29 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรอง ในช่วงปี พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

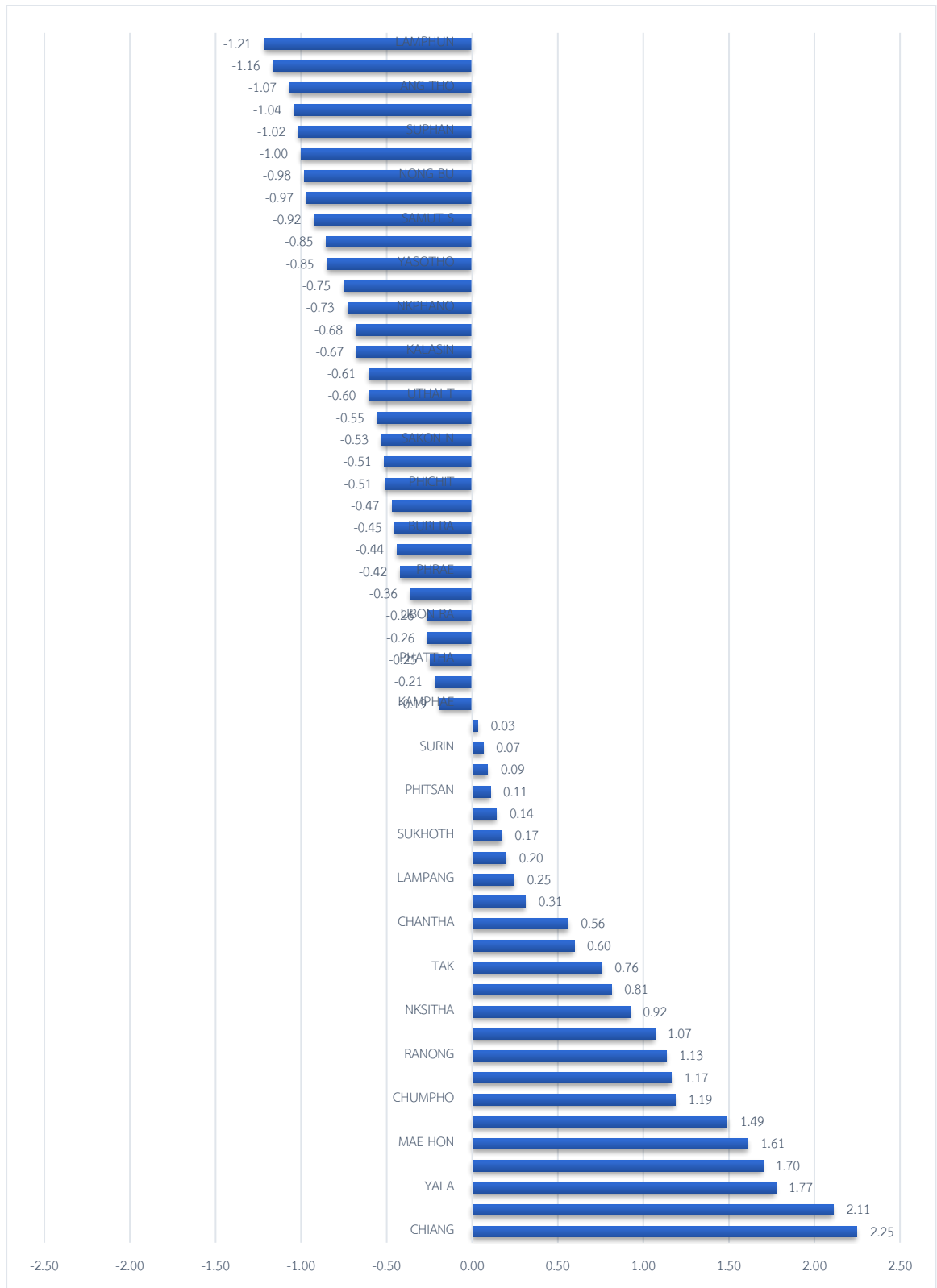
4.1.3 ลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างของกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - 2562)

จากการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวคุณภาพจากงานวิจัยที่ผ่านมา นั้น ทำให้สามารถระบุได้ถึงศักยภาพของพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและการพักค้างที่จะมีความแตกต่าง จากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งจากการระบุถึงลักษณะการกระจายตัวของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในเมืองรองในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562) ที่ได้มีการระบุไว้ในข้างต้นนั้น เป็นการระบุถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มนัก คุณภาพหากมีการใช้จ่ายและการพักค้างมากกว่านักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งได้ทำการแยกประเด็นของ การใช้จ่ายและการพักค้างในแต่ละเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดมาอธิบายในแต่ละมิติในข้างต้น เพื่อให้ สามารถเห็นถึงสถานการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาของการดึงดูดค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วน นักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนของเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในแต่ละด้านของพื้นที่ศึกษา

โดยจากชุดข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนที่ได้มี การนำมาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาของกลุ่มจังหวัดเมือง รองในข้างต้นนั้น จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายถึงลักษณะการกระจายตัวของ นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองได้นั้นจะต้องผ่านกระบวนการการปรับชุดข้อมูล ทั้ง 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีหน่วยการวัดที่แตกต่างกัน ให้ออกมาใน รูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) เพื่อจะสามารถนำมาผนวกรวมกันของทั้ง 2 ชุด ข้อมูลจากการหาค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนมาตรฐานทั้ง 2 ชุดข้อมูลให้ออกมาเป็น **ค่าดัชนีศักยภาพของ เมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและการสัดส่วนผู้พักค้างในพื้นที่** เมื่อนำชุดข้อมูลดัชนีของเมืองในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวในเมืองรองทั้ง 5 ปีนั้น มาทำการหาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายและ การพักค้างของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จะพบว่ามี ค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันจะอยู่ที่ 1,427.59 บาท และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยม เยือนอยู่ที่ร้อยละ 60.67

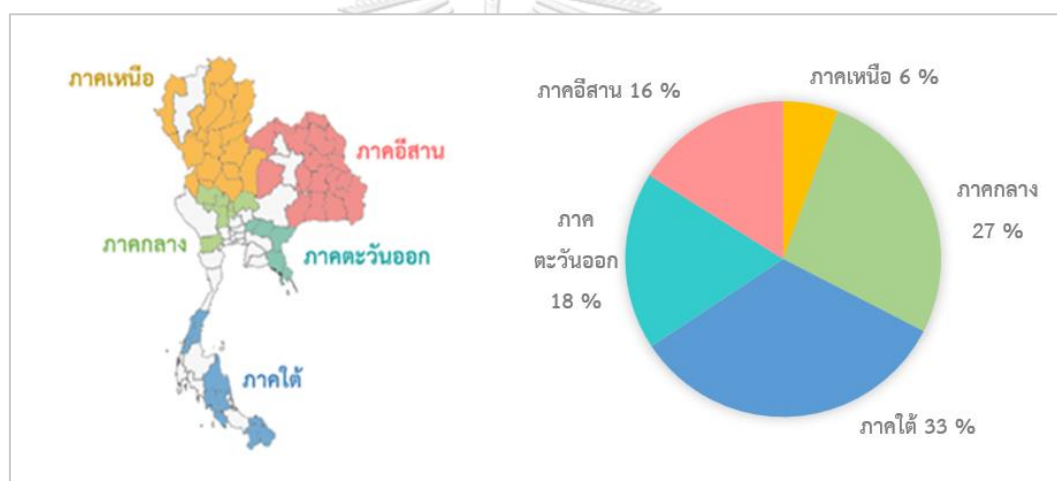


ภาพที่ 30 แผนภูมิค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน (บาท) และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน (%) ของทั้ง 55 เมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565



ภาพที่ 31 แผนภูมิดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง
ในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ใน 55 จังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

นอกจากนี้เมื่อนำชุดข้อมูลดัชนีของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและการสัดส่วนผู้พักค้าง ในแต่ละภูมิภาคทั้ง 5 ภาคมาเทียบกับชุดข้อมูลที่เฉลี่ยรวมทั้ง 55 เมืองรองในทุกภูมิภาคแล้วนั้น จะพบว่าภูมิภาคที่มีค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดีนั้น คือภาคใต้ และภาคกลาง โดยเมื่อแปลงชุดข้อมูลให้ออกมาในรูปแบบของคาร์้อยละในการนำมาเทียบกับทั้ง 5 ภูมิภาคนั้นจะพบว่า ภาคใต้ มีค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างมากถึงร้อยละ 33 ตามมา คือ ภาคกลางที่มีค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดมากถึงร้อยละ 27 นับได้ว่าเป็น 2 ภูมิภาคนี้มีการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวไปมากกว่าครึ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างทั้งหมดที่มาท่องเที่ยวในเมืองรองจาก 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2558 - พ.ศ.2562) ในส่วนของภูมิภาคที่เหลือคือภาคตะวันออก ภาคอีสานและภาคเหนือจะมียอดค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง อยู่ที่ร้อยละ 18 16 และ 6 ตามลำดับ



ภาพที่ 32 แผนภูมิร้อยละค่าดัชนีของเมืองในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว

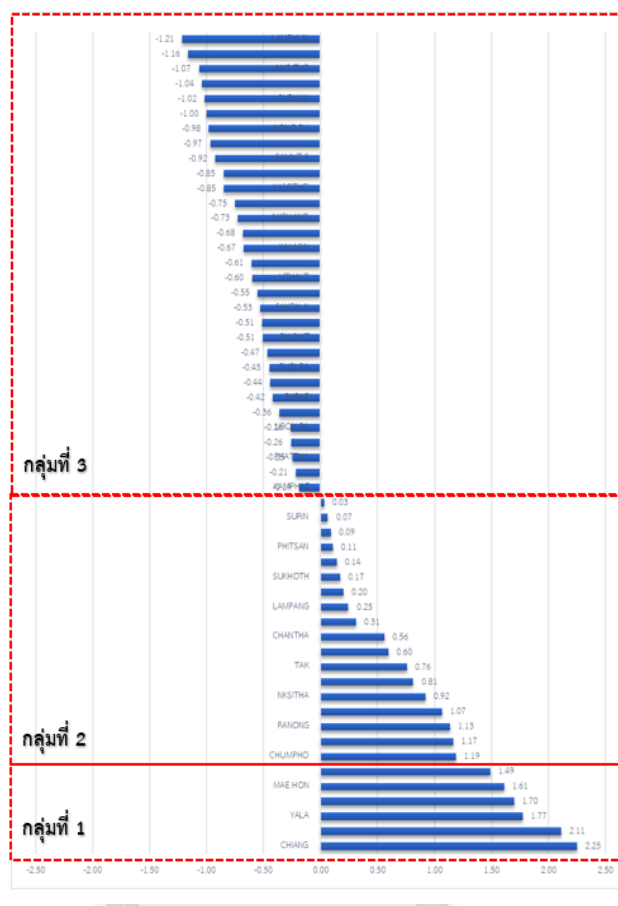
(พ.ศ.2558 - พ.ศ.2562) ในแต่ละภูมิภาค

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดตามดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) เพื่อจะสามารถบ่งบอกถึงสถานการณ์ของพื้นที่ในปัจจุบันว่ามีศักยภาพในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด เมื่อทราบสถานการณ์ดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพหรือความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองแต่ละกลุ่ม

ซึ่งการจัดกลุ่มในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) โดยจะจัดกลุ่มตามดัชนีของเมืองในการดึงดูด

ค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) ของทั้ง 55 จังหวัดเมืองรอง ออกมาได้ 3 กลุ่ม แบ่งตามระดับดัชนีในระดับดี ปานกลางและต่ำ



ภาพที่ 33 การจัดกลุ่มดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ใน 5 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 -2562) ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558 -2562) ทั้ง 55 จังหวัดแล้วพบว่าจะสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่มของระดับการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี ปานกลางและต่ำ ซึ่งจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี

เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวัน อยู่ที่ 2,576.77 บาท และมีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมชมเยือนหรือผู้

พักค้างในพื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 90.97 โดยหากนำมาค่ามาเทียบกับทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองจะพบว่ามิตดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดอยู่ที่ร้อยละ 60 ซึ่งมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 6 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงราย จังหวัดตราด จังหวัดยะลา จังหวัดตรัง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดนราธิวาส ตามลำดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในระดับดี

- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในระดับปานกลาง

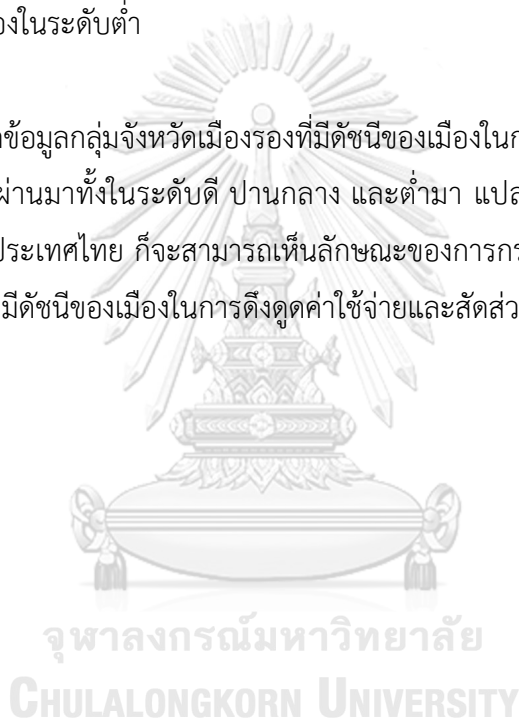
เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ 1,716.09 บาท และมีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนหรือผู้พักค้างในพื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 70.96 โดยหากนำมาค่ามาเทียบกับทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองจะพบว่ามิตดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดอยู่ที่ร้อยละ 18 ซึ่งมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 18 จังหวัด ประกอบไปด้วย จังหวัดชุมพร จังหวัดสตูล จังหวัดระนอง จังหวัดปัตตานี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดตาก จังหวัดน่าน จังหวัดจันทบุรี จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดลำปาง จังหวัดอุดรธานี จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุดรดิตถ์ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครนายก จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดสระแก้ว ตามลำดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในระดับปานกลาง

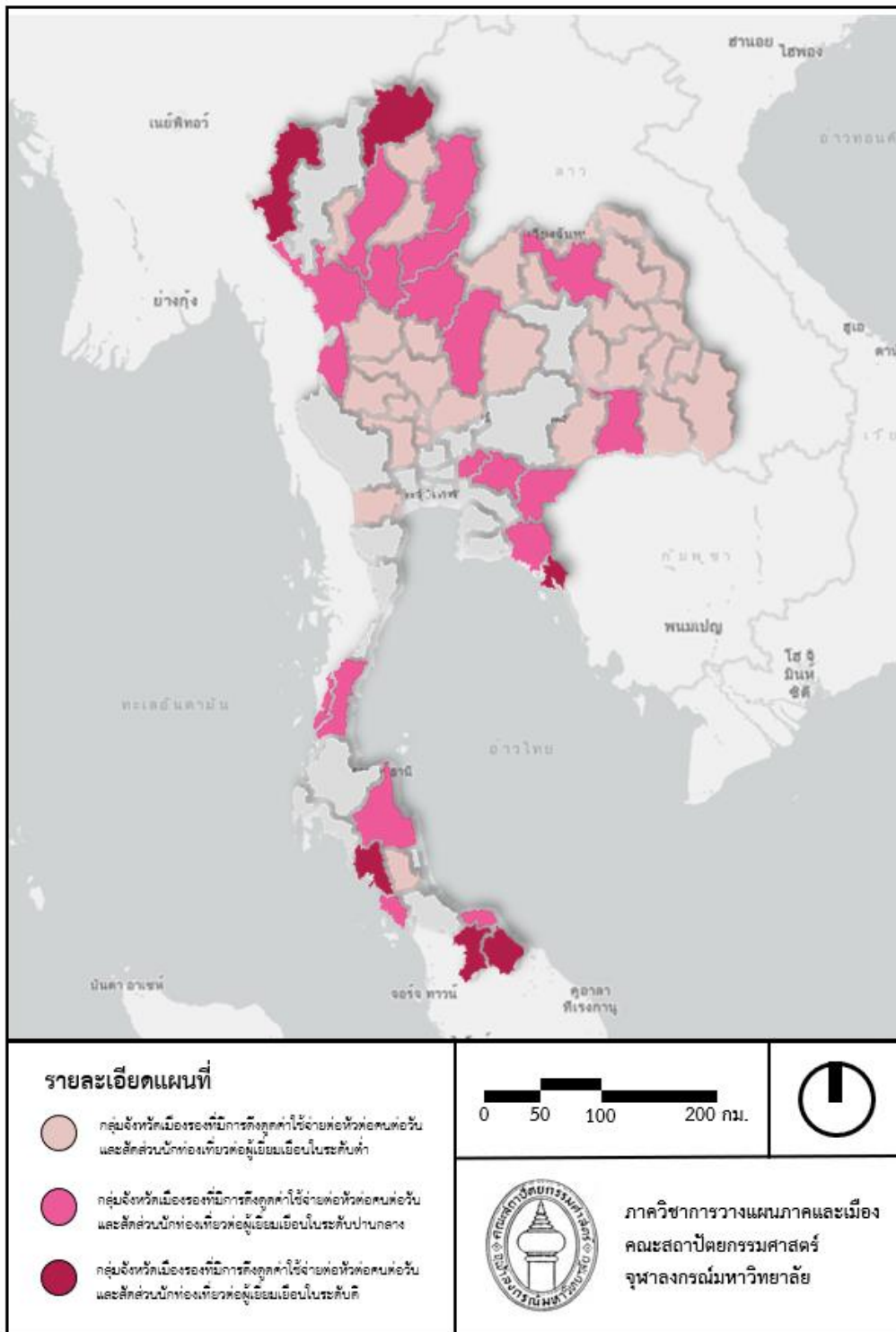
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับต่ำ

เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันอยู่ที่ 1,037.66 บาท และมีค่าเฉลี่ยของสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนหรือผู้พักค้างในพื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 48.82 โดยหากนำมาค่ามาเทียบกับทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองจะพบว่ามิตดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดอยู่ที่ร้อยละ 22 ซึ่งมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 31 จังหวัด ประกอบไปด้วย จังหวัด

กำแพงเพชร จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดเลย จังหวัดแพร่ จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดพะเยา จังหวัดพิจิตร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสกลนคร จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดราชบุรี จังหวัดนครพนม จังหวัดชัยนาท จังหวัดยโสธร จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดลำพูน ตามลำดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในระดับต่ำ

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งในระดับดี ปานกลาง และต่ำมา แปลงลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการกระจายตัวและการกระจุกตัวของกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังภาพที่ 34





ภาพที่ 34 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวของกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีดัชนีของเมือง
ในการตั้งร้านค้าใช้จ่ายและสกัดส่วนผู้พักค้าง ในเมืองรอง ช่วงปี พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

4.2 ลักษณะขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวในเมืองรอง

จากการศึกษาถึงลักษณะขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรองของประเทศไทยนั้น งานวิจัยฉบับนี้ได้มีการกำหนดนิยามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยในประเด็นองค์ประกอบภายในเมืองที่ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นอุปสงค์หรือดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและพักค้างในระหว่างการท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในเมืองเหล่านั้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าแนวคิดด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีถูกหยิบยกมาใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวคือแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการ (3A's) ที่ถูกริเริ่มในปี ค.ศ. 1987 โดย Collier and Harraway ซึ่งจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว (Amenities) และองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

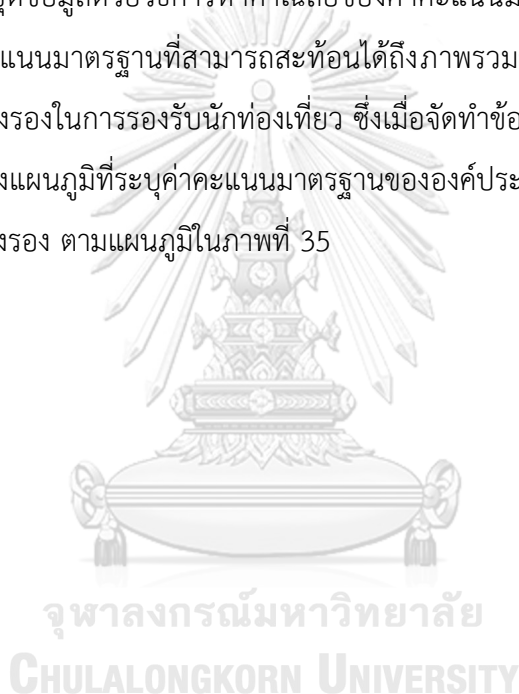
ภายหลังการสรุปผลในการกำหนดแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงศักยภาพรวมของในแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 3 ด้าน และมีความเหมาะสมกับบริบทของกลุ่มจังหวัดเมืองรองในประเทศไทย ซึ่งจะสามารถจำแนกการอธิบายถึงลักษณะของพื้นที่ศึกษาซึ่งก็คือกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักจากแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's อันประกอบไปด้วย องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง

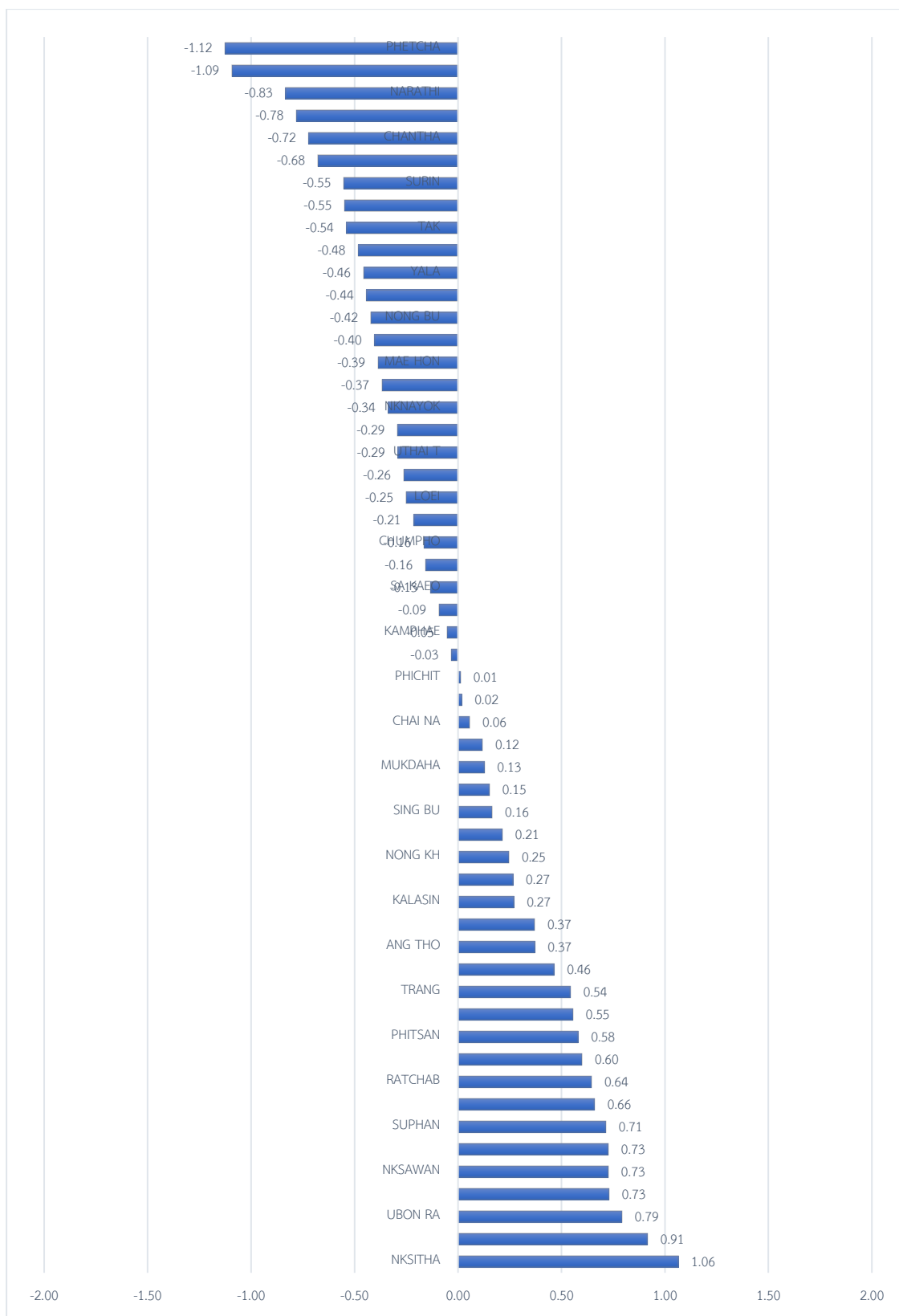
4.2.1 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในเมืองรอง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดได้นั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในด้านนี้อยู่ 3 ประเภทข้อมูล ประกอบไปด้วย จำนวนแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากการรวบรวมข้อมูลในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวจากหน่วยงานในประเทศไทยยังคงพบข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวที่ไม่มีการจัดเก็บในลักษณะของสถิติรายปีย้อนหลัง อีกทั้งในบางฐานข้อมูลไม่พบถึงการอัปเดตข้อมูลในระบบออนไลน์ที่เผยแพร่สู่สาธารณะอย่างเข้าถึงง่าย ซึ่งตรงข้ามกับลักษณะของการเก็บข้อมูลสถิติรายจังหวัดในแต่ละปีย้อนหลัง

ของในฝั่งของอุปสงค์ที่เข้ามาหรือก็คือฝั่งนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมบางชุดข้อมูลผ่านการสำรวจและเก็บรวบรวมจากแพลตฟอร์ม Google Maps ที่มีการอัปเดตข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในระบบออนไลน์ในปี พ.ศ. 2564

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดทั้ง 3 ประเภทที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในเมืองรองได้นั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการแปลงชุดข้อมูลทั้ง 3 ประเภทให้ออกมาในรูปของค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) เนื่องจากชุดข้อมูลดังกล่าวมีหน่วยการวัดที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นได้ทำการผนวกรวมกันของ 3 ชุดข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนมาตรฐานจากทั้ง 3 ชุดข้อมูลให้ออกมาเป็นหนึ่งค่าคะแนนมาตรฐานที่สามารถสะท้อนได้ถึงภาพรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อจัดทำข้อมูลครบทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองแล้วจะพบลักษณะของแผนภูมิที่ระบุค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ตามแผนภูมิในภาพที่ 35

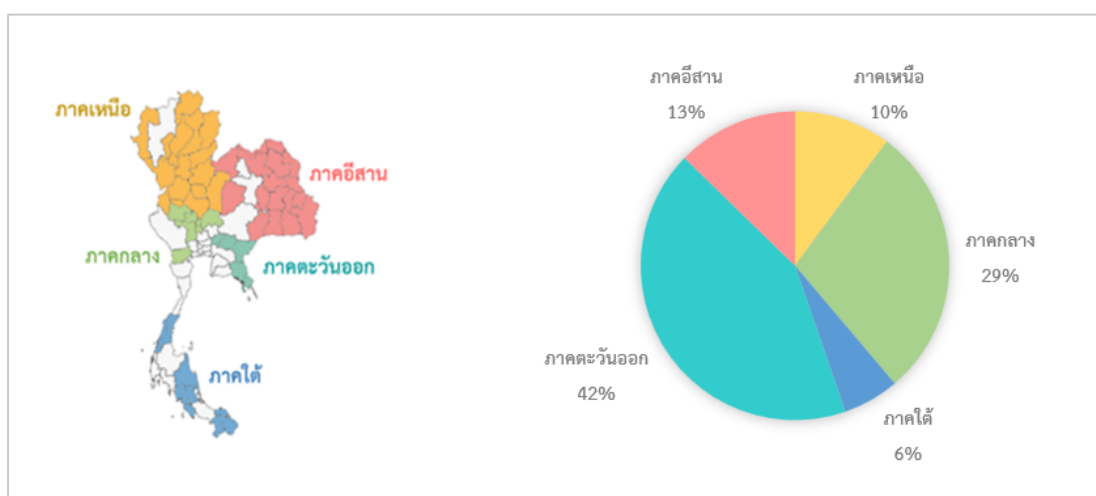




ภาพที่ 35 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

นอกจากนี้เมื่อนำข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาคทั้ง 5 ภาคมาเทียบกัน จะพบว่าค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจที่เฉลี่ยรวมทั้ง 55 เมืองรองในทุกภูมิภาคแล้วนั้น จะพบว่าภูมิภาคที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจสูงสุด คือ ภาคตะวันออกคิดเป็นร้อยละ 42 ตามมาด้วยภาคกลางที่มีค่าคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 29 ภาคอีสานอยู่ที่ร้อยละ 13 ภาคเหนืออยู่ที่ร้อยละ 10 และภาคสุดท้ายที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ คือ ภาคใต้ ซึ่งคิดได้เพียงร้อยละ 6

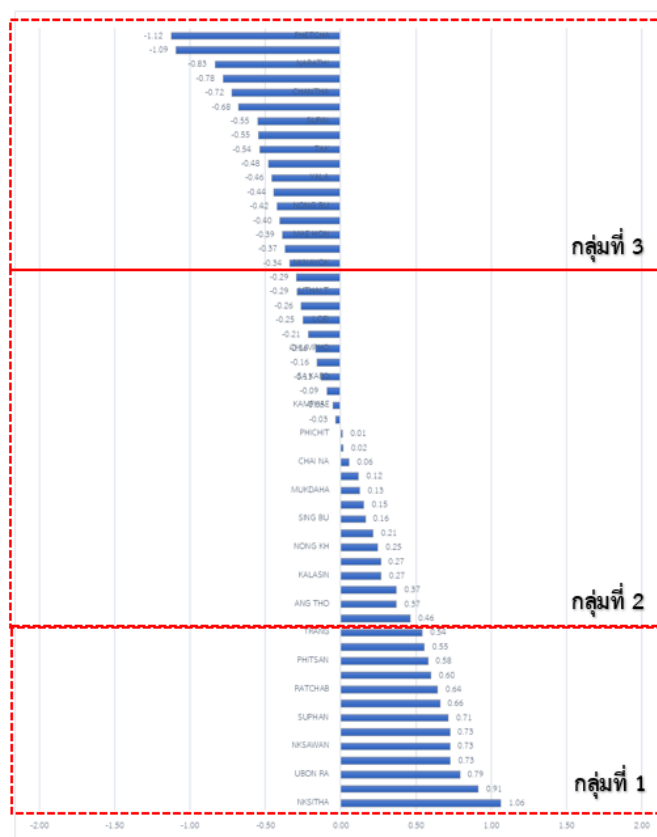


ภาพที่ 36 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาค
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากผลการวิเคราะห์ของชุดข้อมูลในช่วงต้นได้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจคือเมื่อผู้วิจัยทำการศึกษาลักษณะของพื้นที่ศึกษาคือเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทยผ่านมุมมองของฝั่งอุปสงค์ ในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558 -พ.ศ.2562) ที่ผ่านมาจากการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเด็นการใช้จ่ายและการพักค้าง จากชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและค่าเฉลี่ยสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือน พบว่า โดยส่วนใหญ่่นักท่องเที่ยวจะมีการเข้าไปท่องเที่ยวและกระจุกตัวทั้งการใช้จ่ายและการพักค้างอยู่ที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคใต้เป็นหลัก ซึ่งจะมีผลในทางตรงกันข้ามกับผลการวิเคราะห์ของค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในภาคใต้ที่ถูกวิเคราะห์ออกมาว่ามีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจในพื้นที่น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งจากการผลลัพธ์ดังกล่าวที่แสดงให้เห็นว่า อุปสงค์และอุปทานนั้นมีผลการวิเคราะห์ที่สวนทางกัน

ในกระบวนการวิจัยขั้นต่อไปผู้วิจัยจึงทำการจัดกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดตามความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่ถูกสื่อผ่านทั้ง จำนวน ความหลากหลาย คุณภาพ ในแต่ละด้านขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งในหัวข้อนี้ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ตามค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ในปี พ.ศ. 2564 เพื่อจะสามารถบ่งบอกถึงความพร้อมของพื้นที่ ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่ามีค่าคะแนนในภาพรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับที่มากน้อยอย่างไร และนำไปสู่การวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองแต่ละกลุ่ม ซึ่งการจัดกลุ่มในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) โดยจะจัดกลุ่มตามระดับของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมของทั้ง 55 จังหวัดเมืองรอง ออกมาได้ 3 กลุ่ม แบ่งตามค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง



ภาพที่ 37 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564 ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานในภาพรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในปี พ.ศ. 2564 ของแต่ละจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดแล้วนั้น พบว่า จะสามารถ จำแนกได้ 3 กลุ่มขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจได้คือ กลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีค่าคะแนนในระดับมาก ปานกลางและน้อย ซึ่งจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับมาก

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจใน ภาพรวมทั้งจำนวนแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวมากในทุกมิติ ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ใน กลุ่มนี้อยู่ 13 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดเชียงราย จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัด สุพรรณบุรี จังหวัดนครพนม จังหวัดราชบุรี จังหวัดน่าน จังหวัดพิษณุโลก จังหวัด ระนอง และจังหวัดตรัง

- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่ง ดึงดูดใจปานกลาง

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจใน ภาพรวมทั้งจำนวนแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวอาจมีค่าคะแนนคละกัน ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมือง รองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 25 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดอ่างทอง จังหวัดลำปาง จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดสกลนคร จังหวัดหนองคาย จังหวัดลำพูน จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัด ชัยนาท จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดพิจิตร จังหวัดลพบุรี จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุตรธานี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดยโสธร จังหวัดชุมพร จังหวัดปัตตานี จังหวัด เลย จังหวัดพัทลุง จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดปราจีนบุรี

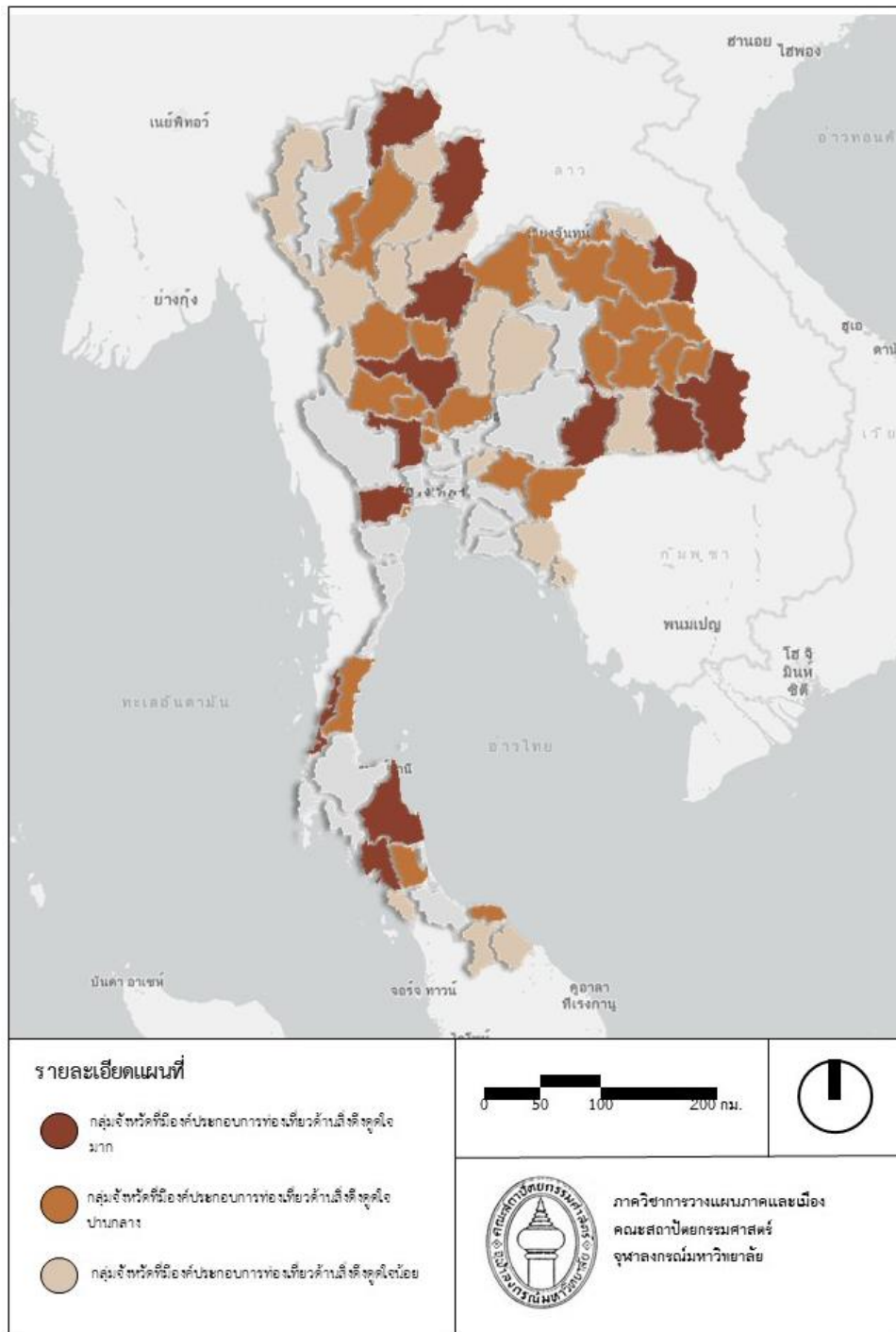
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจน้อย

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจใน ภาพรวมทั้งจำนวนแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว

และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยววัน้อย ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้ อยู่ 17 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดนครนายก จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดพะเยา จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดยะลา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดตาก จังหวัดแพร่ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดสตูล จังหวัดนราธิวาส จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดเพชรบูรณ์

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลการจัดกลุ่มของค่าคะแนนมาตรฐานในภาพรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทั้งในระดับมาก ปานกลาง และน้อย มาแปลงลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดของเมืองรอง ดังภาพที่ 38



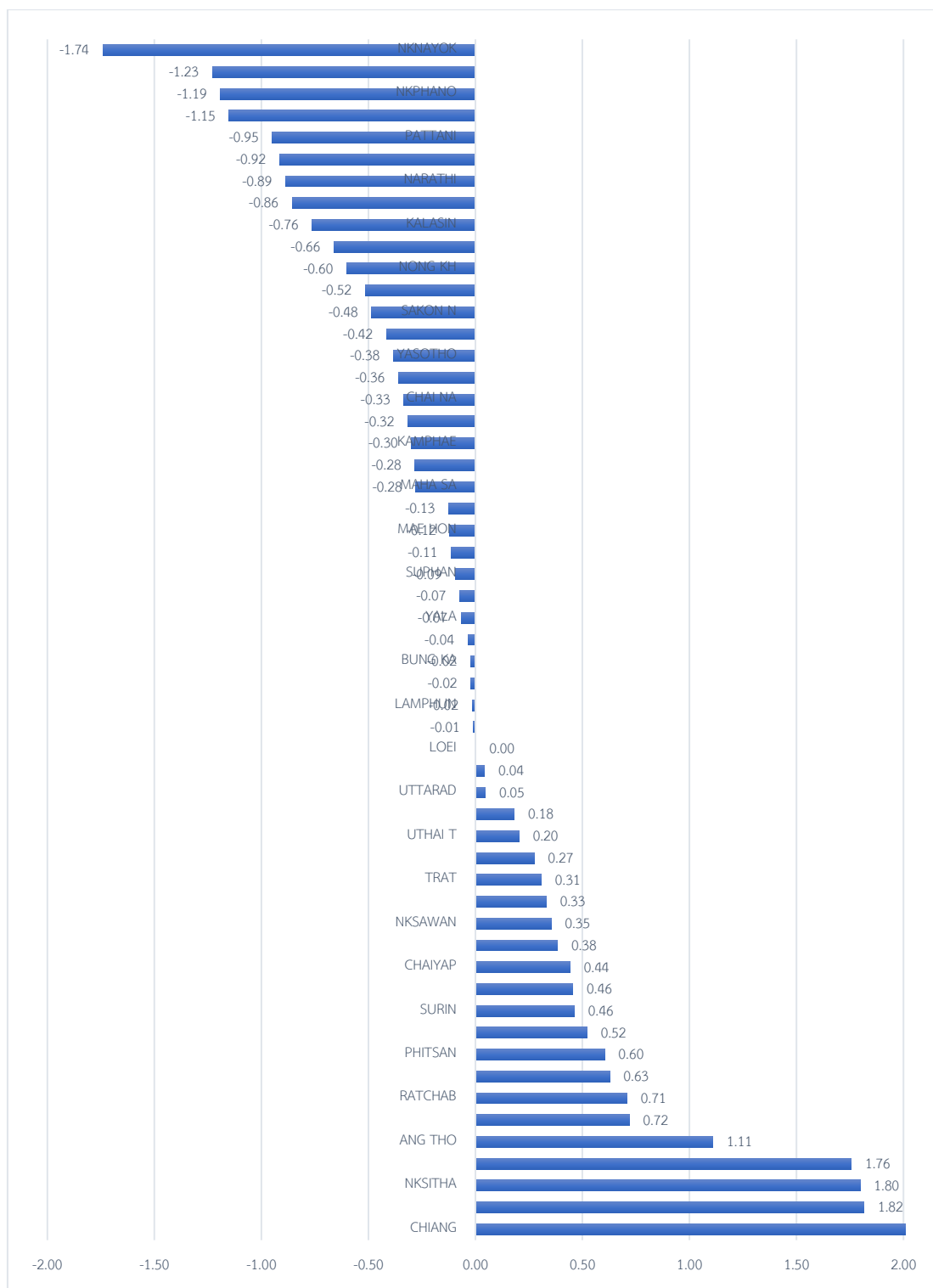


ภาพที่ 38 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

4.2.2 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองรอง

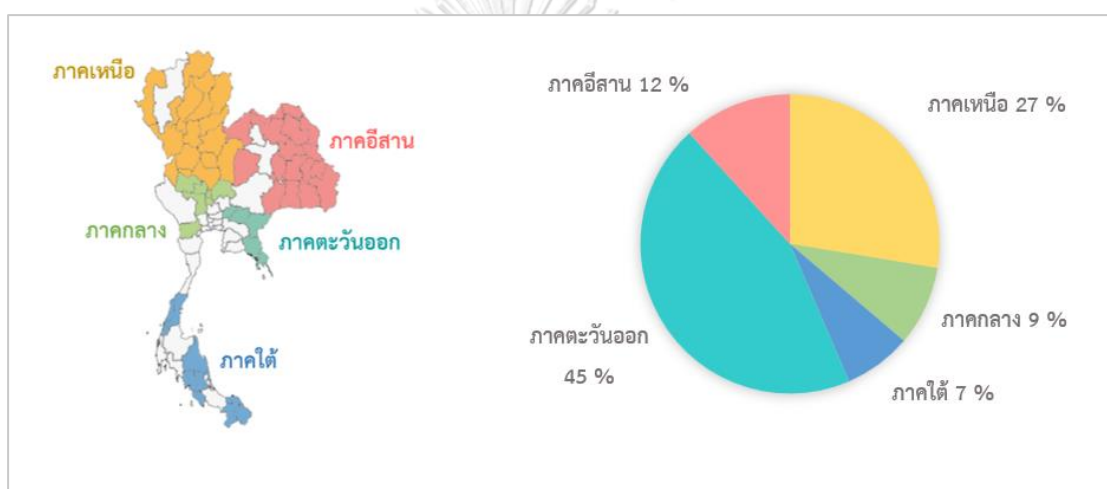
จากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดได้นั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในด้านนี้ 2 ประเภทข้อมูล ในส่วนแรกคือจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะแบ่งออกเป็น จำนวนร้านค้า จำนวนร้านอาหาร จำนวนร้านกาแฟ และจำนวนที่พักในทุกประเภท ในส่วนที่สองคือคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นค่าเฉลี่ยของคุณภาพร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟและที่พักโดยทำการรวบรวมข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Google Maps ที่มีการอัปเดตข้อมูลในระบบออนไลน์ในปี พ.ศ. 2564

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดทั้ง 2 ประเภทที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองรองได้นั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการแปลงชุดข้อมูลทั้ง 2 ประเภทให้ออกมาในรูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐาน เนื่องจากชุดข้อมูลดังกล่าวมีหน่วยการวัดที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นได้ทำการผนวกรวมกันของ 2 ชุดข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนมาตรฐานจากทั้ง 2 ชุดข้อมูลให้ออกมาเป็นหนึ่งค่าคะแนนมาตรฐานสามารถสะท้อนได้ถึงภาพรวมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองรองได้ ซึ่งเมื่อจัดทำข้อมูลครบทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองแล้ว จะพบลักษณะของแผนภูมิที่ระบุค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ตามแผนภูมิในภาพที่ 39



ภาพที่ 39 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในแต่ละจังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

นอกจากนี้เมื่อนำข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาคทั้ง 5 ภาค มาเทียบกับค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เฉลี่ยรวมทั้ง 55 เมืองรองในทุกภูมิภาคแล้วนั้น จะพบว่าภูมิภาคที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดคือ ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 45 ตามมาด้วย ภาคเหนือ ที่มีค่าคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 27 ส่วนในภูมิภาคที่เหลือนั้นจะมีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกันคือ ภาคอีสานอยู่ที่ร้อยละ 12 ภาคกลางอยู่ที่ร้อยละ 9 และภาคใต้ อยู่ที่ร้อยละ 7



ภาพที่ 40 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ของจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาค

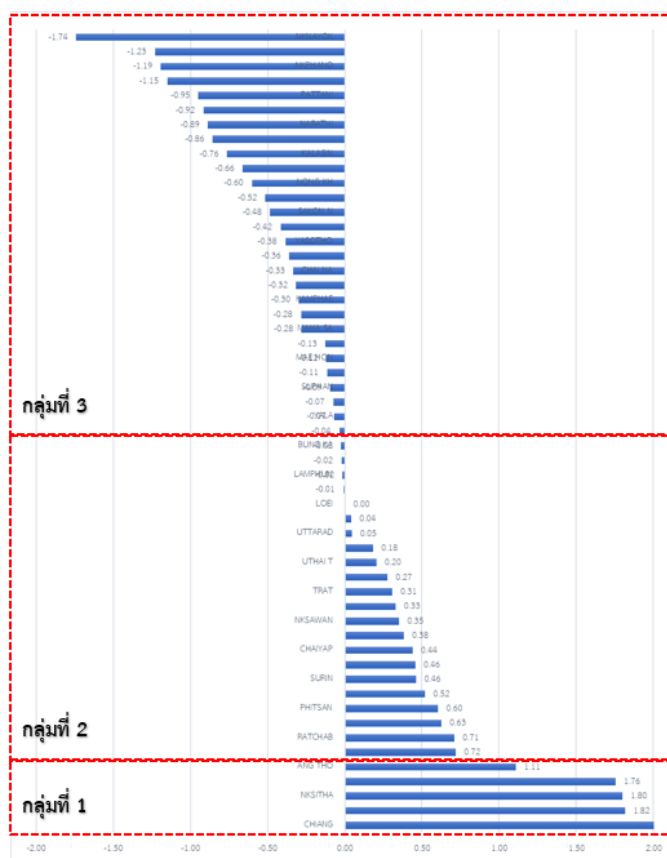
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากผลการวิเคราะห์ของชุดข้อมูลในช่วงต้นได้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจคือนอกเหนือจากกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคตะวันออกและภาคเหนือแล้วนั้น พบว่า ค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในภูมิภาคที่เหลือคือ ภาคอีสาน ภาคกลางและภาคใต้ ยังมีศักยภาพขององค์ประกอบน้อยกว่าที่ควร เมื่อเทียบกับความต้องการในฝั่งของอุปสงค์ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้าไปใช้จ่ายและพักค้างในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคใต้ ที่มีความสามารถในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวที่มาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558-พ.ศ.2562) ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าวยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับแต่ละกลุ่มจังหวัดเหล่านั้นให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้จ่ายและ

พักค้าง อีกทั้งสามารถควบคุมปริมาณให้เกิดความสมดุลทั้งต่อตัวพื้นที่เองและปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปโดยก่อนจะมีการวางแผนทิศทางการพัฒนาและเตรียมความพร้อมให้กับพื้นที่ได้นั้น จำเป็นจะต้องศึกษาลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่อยู่ในพื้นที่ก่อน จึงจะสามารถวางทิศทางการพัฒนาองค์ประกอบได้อย่างตรงจุด

ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเมืองรอง ด้วยการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ออกมาได้ 3 กลุ่ม (Cluster) ตามระดับของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564



ภาพที่ 41 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564 ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks)
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลตามระดับของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในปี พ.ศ. 2564 ทั้ง 55 จังหวัดเมืองรอง แล้วพบว่าจะสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ปานกลางและน้อย ซึ่งจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวมทั้งจำนวนและคุณภาพของสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท คือ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พัก มีค่าคะแนนโดยรวมมาก ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 5 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอ่างทอง

- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง

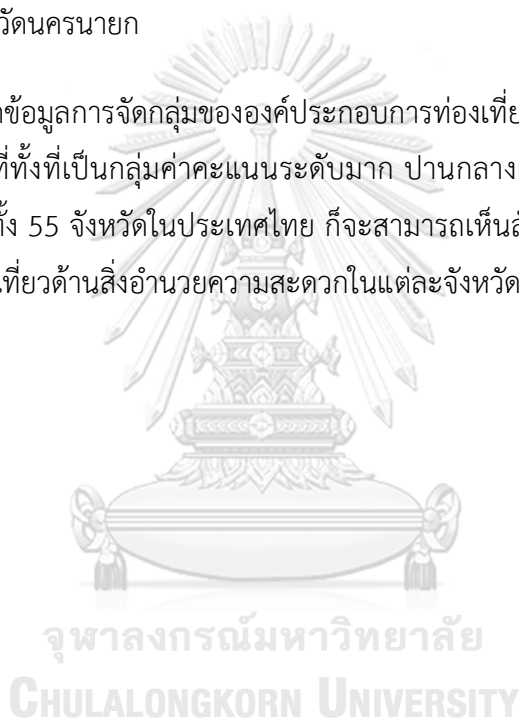
เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวมทั้งจำนวนและคุณภาพของสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท คือ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พักมีค่าคะแนนคละกันในแต่ละประเภท ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 22 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดราชบุรี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดชุมพร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดตรัง จังหวัดตราด จังหวัดแพร่ จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดน่าน จังหวัดอุดรดิตถ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดเลย จังหวัดสระแก้ว จังหวัดลำพูน จังหวัดพะเยา และจังหวัดบึงกาฬ

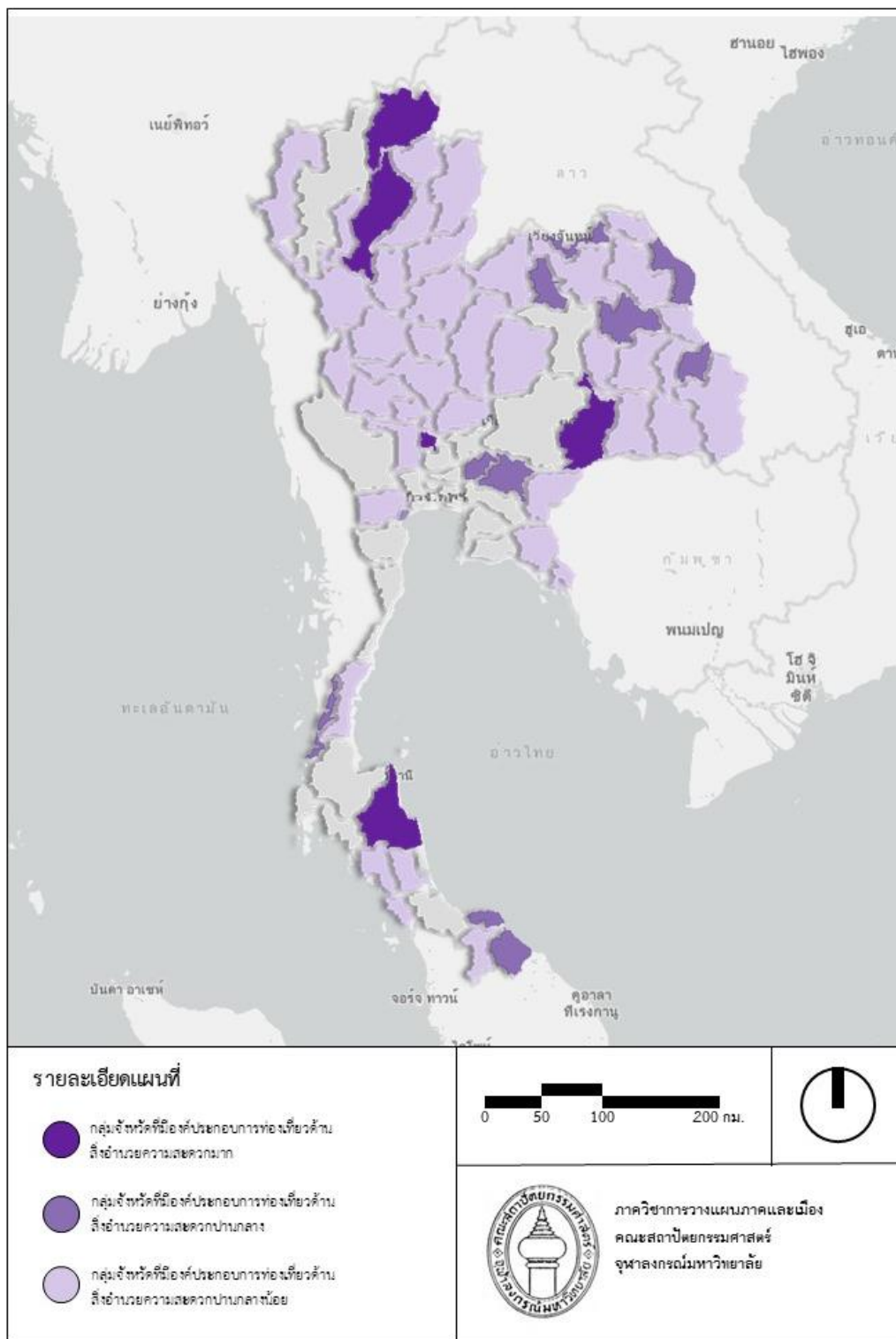
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับน้อย

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในภาพรวมทั้งจำนวนและคุณภาพของสิ่งแวดล้อมด้านการ

ท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท คือ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พัก มีค่าคะแนนในภาพรวมน้อย ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 28 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดสุโขทัย จังหวัดยะลา จังหวัดพัทลุง จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอุดรธานี จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดจันทบุรี จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดพิจิตร จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดสตูล จังหวัดสกลนคร จังหวัดตาก จังหวัดหนองคาย จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดระนอง จังหวัดปัตตานี จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดนครพนม จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดนครนายก

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลการจัดกลุ่มขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่ทั้งที่เป็นกลุ่มค่าคะแนนระดับมาก ปานกลางและน้อย มาแปลงลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ดังภาพที่ 42



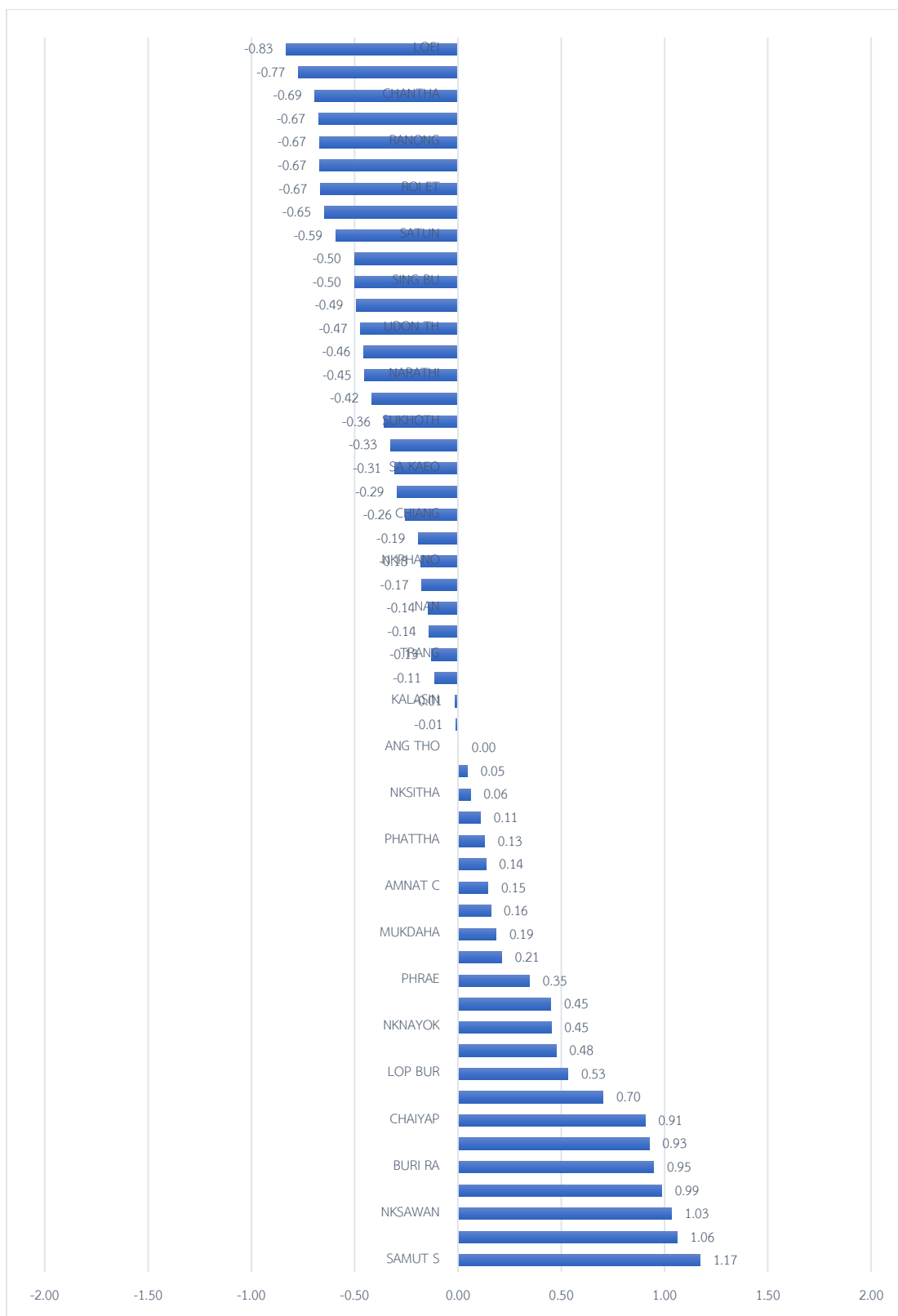


ภาพที่ 42 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

4.2.3 ลักษณะขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในเมืองรอง

การเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดได้นั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในด้านนี้อยู่ 2 ประเภทข้อมูล ในส่วนแรกคือการวัดศักยภาพการคมนาคมทางอากาศ ซึ่งจะแบ่งออกเป็น จำนวนท่าอากาศยาน จำนวนเที่ยวบิน และระยะทางของท่าอากาศยานในรัศมี 100 กม. จากจุดศูนย์กลางเมืองจากจุดศูนย์กลางจังหวัดโดยในที่นี้ใช้ตำแหน่งของศาลากลางในแต่ละจังหวัดมาแทนค่าดังกล่าว และในส่วนที่สองคือการวัดศักยภาพการคมนาคมทางบกอันประกอบไปด้วยข้อมูลของจำนวนสถานีขนส่งสาธารณะทางบกและจำนวนสถานีรถไฟที่ไปถึงในแต่ละจังหวัดโดยทำการรวบรวมข้อมูลพิกัดของท่าอากาศยานและศาลากลางในแต่ละจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดผ่านแพลตฟอร์ม Google Maps และนำมาวัดจำนวนและระยะทางในรัศมีด้วยโปรแกรมประยุกต์ด้านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์อย่าง Quantum GIS พร้อมทั้งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนสถานีขนส่งทางบกจากฐานข้อมูลของหน่วยงานองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพและจำนวนสถานีรถไฟจากฐานข้อมูลของหน่วยงานการรถไฟแห่งประเทศไทย

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดทั้ง 2 ประเภทข้อมูลทั้งข้อมูลที่แสดงถึงศักยภาพการเดินทางทางอากาศและทางบก ซึ่งคาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงในเมืองรองได้นั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการแปลงชุดข้อมูลทั้ง 2 ประเภทให้ออกมาในรูปของค่าคะแนนมาตรฐานเนื่องจากชุดข้อมูลดังกล่าวมีหน่วยการวัดที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นได้ทำการผนวกรวมกันของ 2 ชุดข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนมาตรฐานจากทั้ง 2 ชุดข้อมูลให้ออกมาเป็นหนึ่งค่าคะแนนมาตรฐาน ซึ่งเมื่อจัดทำข้อมูลครบทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองแล้วจะพบลักษณะของแผนภูมิที่ระบุค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ตามแผนภูมิในภาพที่ 43



ภาพที่ 43 แผนภูมิค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบที่เกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง

ในปี พ.ศ. 2564

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

นอกจากนี้เมื่อนำข้อมูลค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาคทั้ง 5 ภาคมาเทียบกับค่าคะแนนศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงที่เฉลี่ยรวมทั้ง 55 เมืองรองในทุกภูมิภาคแล้วนั้น จะพบว่าภูมิภาคที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดคือภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 41 ตามมาด้วยภาคใต้ที่มีค่าคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 31 ส่วนในภูมิภาคที่เหลือนั้นจะมีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกันคือภาคอีสานอยู่ที่ร้อยละ 11 ภาคเหนืออยู่ที่ร้อยละ 10 และภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ร้อยละ 7

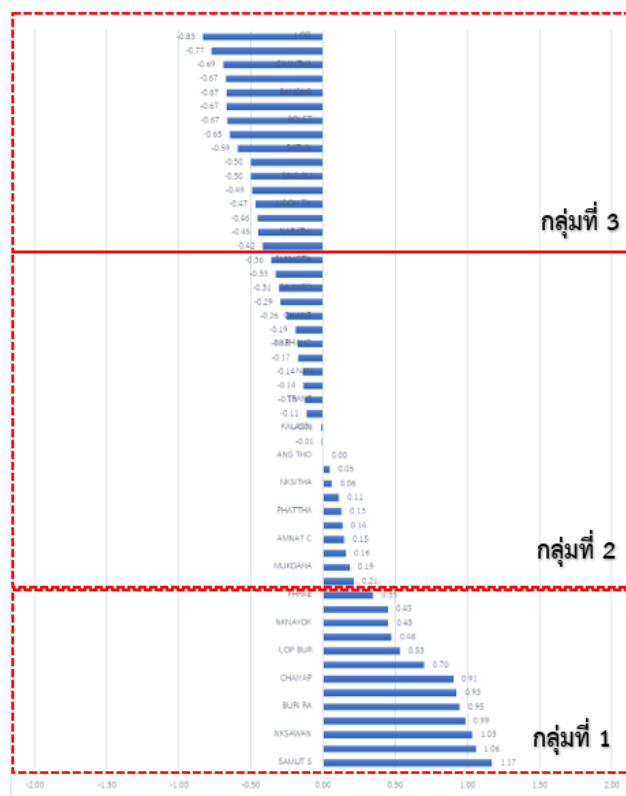


ภาพที่ 44 แผนภูมิร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงของจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาค

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

CHULALONGKORN UNIVERSITY

พร้อมกันนั้น ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงของจังหวัดเมืองรอง ด้วยการใช้เทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ออกมาได้ 3 กลุ่ม (Cluster) ตามระดับของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564



ภาพที่ 45 การจัดกลุ่มตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในปี พ.ศ. 2564 ด้วยเทคนิคการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ภายหลังการจัดกลุ่มชุดข้อมูลตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในปี พ.ศ. 2564 ทั้ง 55 จังหวัดเมืองรอง แล้วพบว่าสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในระดับมาก ปานกลางและน้อย ซึ่งจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในระดับมาก

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในภาพรวมทั้งศักยภาพของการเข้าถึงเมืองด้วยคมนาคมทางอากาศและคมนาคมทางบกมีค่าคะแนนที่มาก ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่ 13 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดอุดรดิตถ์ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดบุรีรัมย์จังหวัดราชบุรี จังหวัดชัยภูมิ จังหวัด

หนองบัวลำภู จังหวัดลพบุรี จังหวัดลำปาง จังหวัดนครนายก จังหวัดพิษณุโลก และ
จังหวัดแพร่

- กลุ่มที่ 2 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้าน
ความสามารถในการเข้าถึงในระดับปานกลาง

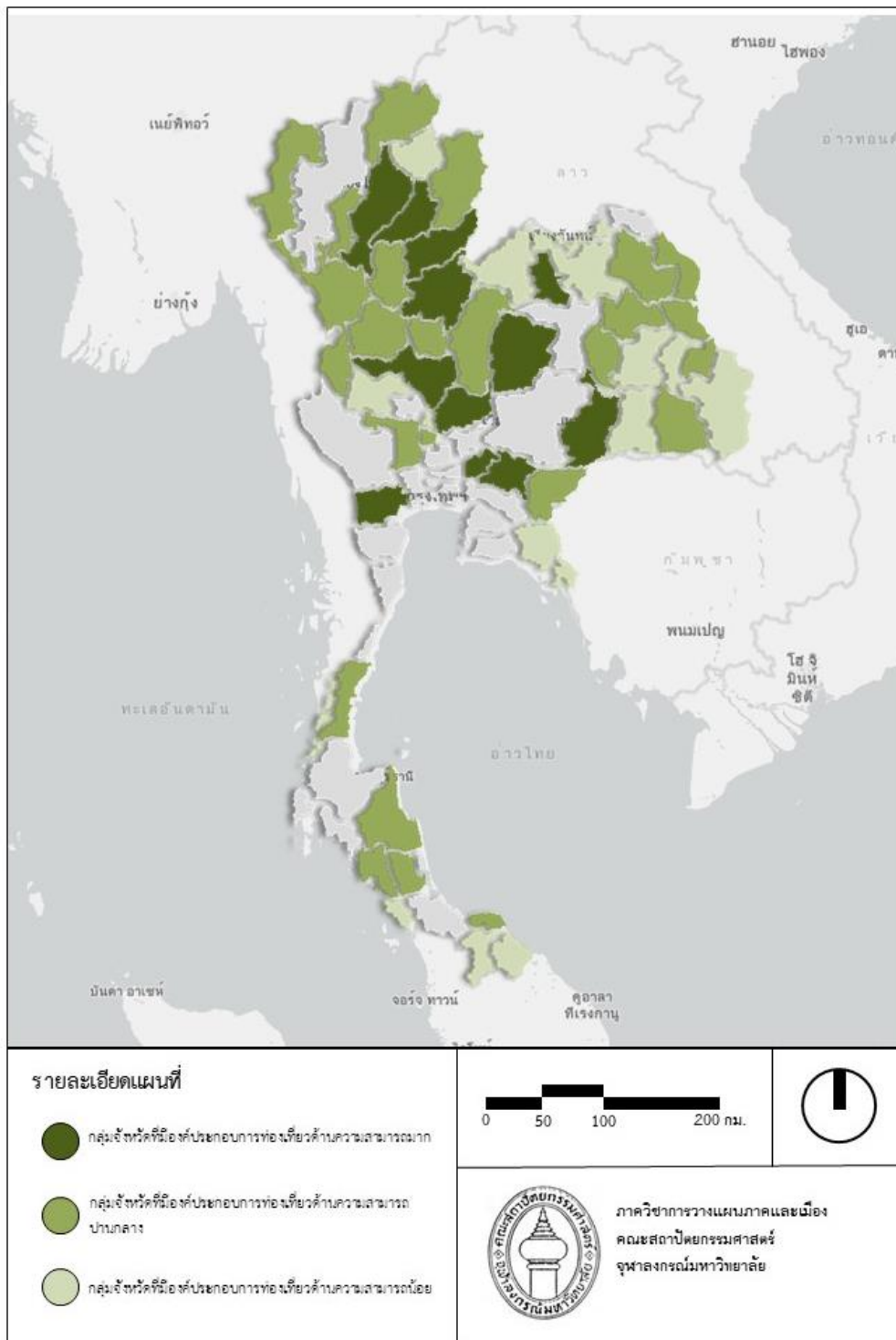
เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านความสามารถใน
การเข้าถึงในภาพรวมมีค่าคะแนนบางประเภทของศักยภาพการเข้าถึงจากคมนาคม
ทางอากาศและคมนาคมทางบกคละกัน ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่ม
นี้อยู่ 24 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดตาก
จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดพิจิตร จังหวัดพัทลุง จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัด
นครศรีธรรมราช จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดปัตตานี จังหวัด
กาฬสินธุ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดตรัง จังหวัดสกลนคร จังหวัดน่าน จังหวัดลำพูน
จังหวัดนครพนม จังหวัดชุมพร จังหวัดเชียงราย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสระแก้ว
จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดสุโขทัย ตามระดับของศักยภาพขององค์ประกอบ
การท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดในกลุ่ม
จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในระดับปานกลาง

- กลุ่มที่ 3 กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้าน
ความสามารถในการเข้าถึงในระดับน้อย

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านความสามารถใน
การเข้าถึงในภาพรวมทั้งศักยภาพของการเข้าถึงเมืองด้วยคมนาคมทางอากาศและ
คมนาคมทางบกมีค่าคะแนนน้อย ซึ่งจะมีจำนวนจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มนี้อยู่
18 จังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยโสธร จังหวัด
อุดรธานี จังหวัดพะเยา จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดสตูล จังหวัด
อุบลราชธานี จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยะลา จังหวัดระนอง จังหวัดหนองคาย จังหวัด
จันทบุรี จังหวัดตราด จังหวัดเลย จังหวัดชัยนาท และจังหวัดบึงกาฬ

โดยเมื่อนำชุดข้อมูลการจัดกลุ่มขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการ
เข้าถึงทั้งที่มีค่าคะแนนมาตรฐานในระดับมาก ปานกลาง และน้อย ของกลุ่มจังหวัดเมืองรองมาแปลง
ลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดในประเทศไทย ก็จะสามารถเห็นลักษณะของการ

กระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในแต่ละจังหวัดของกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ดังภาพที่ 46



ภาพที่ 46 แผนที่แสดงลักษณะการกระจายตัวขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงตามระดับค่าคะแนนมาตรฐานในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

4.3 สรุปลักษณะพื้นที่ศึกษาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและมุมมองของเมืองรอง

หากจะทำการสรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่ศึกษาของกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ทั้งจากการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายตัวของการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว รวมไปถึง การวิเคราะห์ลักษณะขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเมืองรอง ผู้วิจัย ได้พบถึงประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจอยู่ด้วยกัน 2 ประเด็นหลัก

ประเด็นแรกคือสถานการณ์ของกลุ่มจังหวัดเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้าง ของนักท่องเที่ยว ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562) พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่าย และการพักค้างกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคใต้เป็นหลัก รองลงมาคือภาคกลาง ภาค ตะวันออก ภาคอีสานและภาคเหนือตามลำดับ ซึ่งหากทำการจำแนกข้อมูลให้ออกมาในรูปแบบของ รายจังหวัดโดยไม่อิงกับภูมิภาคนั้นจะเห็นได้ว่าการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับดี นั้น มักจะเป็นจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในวงนอกสุดติดกับเส้นขอบเขตประเทศไทย อาทิ จังหวัดเชียงราย จังหวัดตราด จังหวัดยะลา เป็นต้น รองลงมาในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มักมีการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลางและระดับดำนั้น มักจะเป็นจังหวัดที่ตีวงแคบลงมาจากขอบเขต ประเทศไทยในกลุ่มแรก ซึ่งจากปรากฏการณ์นี้ได้มีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวที่มักมีการ ใช้จ่ายและการพักค้างสูงมีความน่าจะเป็นที่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากผลการวิเคราะห์ทั้งชี้ได้อย่างชัดเจนว่า ยิ่งเป็นจังหวัดเมืองรองที่มีระยะห่าง จากศูนย์กลางของประเทศไทยมากเท่าไรก็ยิ่งจะมีการใช้จ่ายและพักค้างสูงมากเท่านั้น

ในประเด็นที่สองคือการดูถึงความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว ผ่านการ วิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพทั้ง 3 ด้านหลัก ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบใน ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่พบถึงการเกาะกลุ่มของเมืองรองที่มีค่าคะแนนในระดับดีขององค์ประกอบดังกล่าว ในภูมิภาคใดเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งเมื่อทำการวิเคราะห์รายจังหวัดพบว่ามีการกระจายของจังหวัดเมือง รองที่มีระดับของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ในระดับมาก ปานกลางและ น้อย เฉลี่ยจำนวนจังหวัดใกล้เคียงกัน โดยที่จะมีกลุ่มจังหวัดเมืองรองมีค่าคะแนนขององค์ประกอบ ด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางปริมาณมากที่สุดคือ 25 จังหวัด ที่เป็นเช่นนี้อาจเพราะในประเทศไทยที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองท่องเที่ยววันนั้น โดยปกติจะมีการกระจายของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในทุกจังหวัดแต่ ที่โดยส่วนใหญ่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองยังคงมีศักยภาพในด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางนั้นอาจ เพราะยังไม่มีมีการประชาสัมพันธ์ทำการตลาดให้แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเหล่านั้นเป็นที่รู้จักหรือมี

การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ ที่โดดเด่นและแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ จนนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว หรือในกรณีที่สองที่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองโดยส่วนใหญ่ยังคงมีศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางอาจเพราะผลกระทบจากปัญหาในอดีตที่ส่งผลทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในยุคหลังเริ่มมีความเสื่อมโทรมและอาจไม่สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้เท่าที่ควร ในส่วนต่อมาคือผลการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าจากการวิเคราะห์กลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด โดยส่วนใหญ่แล้วมีค่าคะแนนอยู่ในระดับปานกลางและน้อย ซึ่งมีจำนวนรวมกันถึง 50 จังหวัด มีเพียง 5 จังหวัดเมืองรองเพียงเท่านั้นที่มีคะแนนองค์ประกอบในด้านนี้อยู่มาก ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวถือได้ว่าเป็นการตอกย้ำถึงความจริงของปัญหาของการเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่มากจนเกินไปที่ถูกกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งตั้งแต่ในปี พ.ศ.2557 และในที่สุดท้ายคือผลการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่าไม่มีการเกาะกลุ่มของเมืองรองที่มีค่าคะแนนในด้านนี้จากภูมิภาคใดเป็นส่วนใหญ่เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจ อย่างไรก็ตามก็ได้พบถึงจุดอ่อนในบางเมืองรองเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึงจากการที่ไม่มีการเดินทางด้วยเส้นทางรถไฟไปถึงในกลุ่มจังหวัดดังกล่าวซึ่งมักจะทำให้กลุ่มจังหวัดเหล่านั้นมีผลประเมินระดับคะแนนในด้านความสามารถในการเข้าถึงน้อย

นอกจากผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 ชุดข้อมูลในข้างต้นที่ได้มีการจำแนกรายละเอียดในการสรุปผลของแต่ละประเด็นนั้น ทางผู้วิจัยก็ได้สังเกตเห็นถึงความน่าสนใจของผลการวิเคราะห์ในระดับภูมิภาคของกลุ่มจังหวัดเมืองรอง จึงได้ทำการนำชุดข้อมูลจากข้อค้นพบในประเด็นแรกคือข้อมูลการวิเคราะห์กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2562) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มาทำการเปรียบเทียบกับกับชุดข้อมูลความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพในปัจจุบันทั้ง 3 ด้านหลัก ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทั้ง 2 ชุดข้อมูลออกมาในรูปแบบกลุ่มเมืองรองทั้ง 5 ภูมิภาคเพื่อจะสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบร้อยละค่าดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว กับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดเมืองรองในแต่ละภูมิภาค

ร้อยละค่าดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว (พ.ศ.2558 -2562) ในแต่ละภูมิภาค	ร้อยละของค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดเมืองรอง ปี พ.ศ. 2564 ในแต่ละภูมิภาค		
	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านความสามารถในการเข้าถึง
เรียงภูมิภาคที่มีค่าดัชนีมากที่สุดไปน้อย 1.ภาคใต้ 2.ภาคกลาง 3.ภาคตะวันออก 4.ภาคอีสาน 5.ภาคเหนือ	เรียงภูมิภาคที่มีค่าคะแนนมากที่สุดไปน้อย 1.ภาคตะวันออก 2.ภาคกลาง 3.ภาคอีสาน 4.ภาคเหนือ 5.ภาคใต้	เรียงภูมิภาคที่มีค่าคะแนนมากที่สุดไปน้อย 1.ภาคตะวันออก 2.ภาคเหนือ 3.ภาคอีสาน 4.ภาคกลาง 5.ภาคใต้	เรียงภูมิภาคที่มีค่าคะแนนมากที่สุดไปน้อย 1.ภาคกลาง 2.ภาคใต้ 3.ภาคอีสาน 4.ภาคเหนือ 5.ภาคตะวันออก

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ภายหลังการวิเคราะห์เปรียบเทียบนั้น พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วนอกเหนือจากผลการวิเคราะห์ร้อยละค่าคะแนนขององค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึง ทั้งผลการวิเคราะห์ด้านสิ่งดึงดูดใจและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเมืองรองในแต่ละภูมิภาค มีผลที่สวนทางกับการภูมิภาคที่มีการกระจุกตัวของดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558 - พ.ศ. 2562) โดยภูมิภาคที่มีผลการวิเคราะห์ที่สวนทางกันอย่างเด่นชัดที่สุดคือกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคใต้ที่เมื่อทำการวิเคราะห์ร้อยละค่าดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว แล้วพบว่าภาคใต้เป็นภาคที่มีร้อยละค่าดัชนีที่สูงที่สุดคือร้อยละ 33 หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นภาคที่มีการกระจุกตัวของค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว ในทางกลับกันเมื่อทำการวิเคราะห์ในฝั่งของพื้นที่คือการวิเคราะห์ร้อยละของค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดเมืองรองพบว่าทั้งองค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มเมืองรองในภาคใต้นั้นมีค่าคะแนนน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ

โดยสรุปแล้วจากผลการวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ศึกษาผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและศักยภาพขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้น ส่งผลให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแต่ละบริบทของพื้นที่เพื่อจะสามารถปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ยังคงมีจุดอ่อนและต่อยอดองค์ประกอบที่เป็นจุดเด่นให้พร้อมรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่จะเข้ามาใช้จ่ายและพักค้างในพื้นที่เพื่อจะสามารถสร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศ

พร้อมทั้งสามารถกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนท้องถิ่นที่ซ่อนตัวอยู่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองและแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำอย่างต่อเนื่องกัน จากลักษณะของแนวคิดในการวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปตารางแจกแจงผลการวิเคราะห์ของแต่ละจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด จากข้อมูลสถานการณ์ของศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่ผ่านมาเพื่อจะสามารถจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มเมืองที่ควรพัฒนา ก่อนและหลังโดยประเมินจากระดับของศักยภาพในการดึงดูดของจังหวัดใน 5 ปีที่ผ่านมา และข้อมูลค่าคะแนนขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 องค์ประกอบเพื่อจะสามารถเห็นถึงองค์ประกอบที่มีค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ปานกลางและน้อย เพื่อจะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละบริบทของพื้นที่ได้ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ อีกทั้งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในมาท่องเที่ยวจนเกิดการใช้จ่ายและพักค้างในจังหวัดเมืองรองได้ โดยผลของการแจกแจงจะมีรายละเอียดของแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 1.2 ผลสรุปกลุ่มจังหวัดเมืองรองตามศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวและระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน

ระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน									
กลุ่มจังหวัดเมืองรองตามระดับศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว	กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับมาก			กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง			กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับน้อย		
	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการเข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการเข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการเข้าถึง
กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยว (6 จังหวัด)	เชียงใหม่ เชียงราย ตราด	เชียงใหม่ เชียงราย สระแก้ว	ความสามารถในการเข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการเข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการเข้าถึง
กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวระดับปานกลาง (18 จังหวัด)	นครศรีธรรมราช น่าน พิษณุโลก ระนอง	ลำปาง นครศรีธรรมราช	ลำปาง พิษณุโลก นครนายก ปราจีนบุรี อุตรดิตถ์	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	นครศรีธรรมราช ชุมพร น่าน ตาก เพชรบูรณ์ สระแก้ว สุโขทัย ปัตตานี	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	นครศรีธรรมราช ชุมพร น่าน ตาก เพชรบูรณ์ สระแก้ว สุโขทัย ปัตตานี
กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวระดับปานกลาง (18 จังหวัด)	นครศรีธรรมราช น่าน พิษณุโลก ระนอง	ลำปาง นครศรีธรรมราช	ลำปาง ชุมพร สระแก้ว อุตรธานี ปัตตานี ปราจีนบุรี	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	นครนายก ปัตตานี ปราจีนบุรี ระนอง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	นครศรีธรรมราช ชุมพร น่าน ตาก เพชรบูรณ์ สระแก้ว สุโขทัย ปัตตานี
กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวระดับน้อย	เชียงใหม่ ตราด	เชียงใหม่ ตราด ตรัง	เชียงใหม่ ตราด	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	เชียงใหม่ ตราด	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	เชียงใหม่ ตราด

<p>กลุ่มจังหวัดเมือง รองที่มีการดึงดูด ค่าใช้จ่ายและ การพักค้างของ นักท่องเที่ยว ระดับต่ำ (31 จังหวัด)</p>	<p>บุรีรัมย์ นครพนม นครสวรรค์ อุบลราชธานี ราชบุรี สุพรรณบุรี ศรีสะเกษ</p>	<p>บุรีรัมย์ อ่างทอง</p>	<p>บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม นครสวรรค์ หนองบัวลำภู แพร่ ราชบุรี ชัยภูมิ ลพบุรี</p>	<p>อ่างทอง หนองคาย อุทัยธานี อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ สมุทรสงคราม หนองบัวลำภู</p>	<p>หนองคาย อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ นครพนม สมุทรสงคราม หนองบัวลำภู</p>	<p>อ่างทอง อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ นครพนม กำแพงเพชร พัทลุง มหาสารคาม สกลนคร มุกดาหาร สุพรรณบุรี ลำพูน ศรีสะเกษ พิจิตร</p>	<p>หนองบัวลำภู แพร่ บึงกาฬ พะเยา ชัยภูมิ</p>	<p>อุทัยธานี กำแพงเพชร นครสวรรค์ พัทลุง มหาสารคาม อุบลราชธานี เลย แพร่ บึงกาฬ พะเยา ร้อยเอ็ด สกลนคร ราชบุรี ยโสธร ชัยภูมิ สิงห์บุรี มุกดาหาร สุพรรณบุรี ลำพูน ศรีสะเกษ ลพบุรี ชัยนาท พิจิตร</p>	<p>หนองคาย อุทัยธานี อุบลราชธานี เลย บึงกาฬ ชัยนาท พะเยา ร้อยเอ็ด ยโสธร สิงห์บุรี</p>
--	---	------------------------------	--	---	--	--	--	---	---



เมื่อทำการแจกแจงผลการประเมินของพื้นที่จากทั้ง 2 มุมมอง แจกแจงออกมาให้เห็นเป็นรายจังหวัดทั้ง 55 เมืองรองตามตารางที่ 12 ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงข้อบ่งชี้ที่มีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมในอีกมุมมองหนึ่ง จากการสรุปผลของลักษณะพื้นที่ศึกษาในระดับภูมิภาคเพียงจากตารางที่ 11 เพียงเท่านั้น โดยข้อบ่งชี้เพิ่มเติมนั้นจะมีประเด็นที่น่าสนใจอยู่ 3 ประเด็น คือ

- 1) กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับดี แต่มีระดับค่าคะแนนขององค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลางและน้อยนั้น เป็นกลุ่มจังหวัดที่อยู่ในภาคใต้ ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อทำการพิจารณาถึงกลุ่มจังหวัดที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับดี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจะพบว่ามีจำนวนอยู่ที่ 6 จังหวัด ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 จะพบว่าในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการเข้าถึงอยู่ในระดับที่น้อย ซึ่งนั่นอาจไม่ได้หมายความว่ากลุ่มจังหวัดเหล่านี้ไม่มีศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่มีความน่าจะเป็นที่กลุ่มจังหวัดดังกล่าวจะมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เน้นในการรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากเมื่อทำการพิจารณาถึงรายชื่อของจังหวัดในกลุ่มนี้จะพบว่าประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดตรัง จังหวัดตราด จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดยะลา

ซึ่งเป็นที่รู้กันดีว่ากลุ่มจังหวัดดังกล่าวนี้เป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อในเรื่องของความเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องด้วยเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามทั้งป่าเขาในภาคเหนือ และหมู่เกาะทะเล ชายหาดในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ยังมีพัก ในระดับมาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ทระดับ 4 - 5 ดาว รวมไปถึงร้านค้า ร้านอาหาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นจากลักษณะที่พักดังกล่าว นั้น ถือได้ว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะสามารถรองรับได้เพียงนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายเป็นหลัก อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดดังกล่าวจะพบว่าเป็นจังหวัดที่ติดอยู่กับขอบชายแดนประเทศไทย และเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหมู่เกาะเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มจังหวัดที่เป็นถิ่นฐานของตน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้น ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางและก่อให้เกิดโอกาสในการพักค้างในกลุ่มจังหวัดเหล่านั้นสูงเนื่องจากไม่สามารถเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับได้ หากไม่ใช้การเดินทางโดยท่าอากาศยาน จึงอาจเป็นที่มาที่กลุ่มจังหวัดดังกล่าวนี้มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับดี แต่มีระดับของค่าคะแนนองค์ประกอบการท่องเที่ยวน้อย

เนื่องจากองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านที่พักนั้น มีศักยภาพในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังจ่ายอยู่แต่เดิมเพียงเท่านั้น

- 2) กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลาง พบว่ารายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับมาก นั้นจะเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก

เมื่อทำการพิจารณาถึงกลุ่มจังหวัดที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลาง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จะพบว่ามีจำนวนอยู่ที่ 18 จังหวัด ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 จะพบว่า ในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมเกาะกลุ่มไปที่ค่าคะแนนระดับน้อย ทั้ง 3 ด้านขององค์ประกอบ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเจาะจงไปที่จังหวัดที่อยู่ในกลุ่มค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในค่าคะแนนมาก จะพบว่ากลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับมากนั้น จะเป็นกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือและภาคใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มภูมิภาคเดียวกันกับกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี ซึ่งจากลักษณะของกลุ่มจังหวัดในกลุ่มดังกล่าวนี้โดยส่วนใหญ่จะเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นภาพจำของจังหวัด โดยจะประกอบไปด้วย จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดน่าน จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดระนอง นอกจากนี้เมื่อพิจารณาไปที่กลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึงมากนั้น จะประกอบไปด้วย จังหวัดลำปาง จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้ด้วยการเดินทางโดยรถไฟหรือมีท่าอากาศยานในจังหวัดใกล้เคียง อีกทั้งในบางจังหวัดอย่างจังหวัดลำปางและพิษณุโลกยังเป็นจังหวัดที่มีท่าอากาศยานที่สามารถเดินทางไปยังจังหวัด

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาไปที่กลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับน้อยนั้น จะพบว่ายังคงมีการเกาะกลุ่มของจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลางโดยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งได้มีการพบว่า จังหวัดน่าน จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดอุตรดิตถ์ ที่เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจและการเข้าถึงมาก ยังคงมีจุดอ่อนคือค่าคะแนนของการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่น้อย

ซึ่งผลดังกล่าวอาจบ่งชี้ได้ว่าในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลางนั้น มีองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวและด้านความสามารถในการเข้าถึงเป็นตัวแปรที่สำคัญในการดึงดูดใช้จ่ายและพัก

ค้ำของนักท่องเที่ยวมายังบางกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ซึ่งจากการที่แหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ไม่มีการเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากนัก จึงส่งผลให้มียกนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวทั้งที่มีกำลังในการใช้จ่ายและพักค้างในพื้นที่ หรือในบางกลุ่มจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการใช้จ่ายในพื้นที่และท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ เนื่องจากมีสถานีรถไฟและท่าอากาศยานตั้งอยู่ในจังหวัด จึงทำให้กลุ่มจังหวัดเหล่านี้มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับปานกลางในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558-2562)

- 3) กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับต่ำ กลุ่มจังหวัดโดยส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มจังหวัดในภาคอีสานและภาคกลาง

เมื่อทำการพิจารณาถึงกลุ่มจังหวัดที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับต่ำในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จะพบว่ามีจำนวนอยู่ที่ 31 จังหวัด ซึ่งเมื่อพิจารณาเจาะจงไปที่จังหวัดที่อยู่ในกลุ่มค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในค่าคะแนนมาก จะพบว่ากลุ่มจังหวัดเหล่านั้นจะเป็นจังหวัดเมืองรองที่มีที่ตั้งใกล้เคียงกับกรุงเทพฯและปริมณฑล อาทิ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดราชบุรี จังหวัดลพบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น ประกอบกับเมื่อทำการพิจารณาไปที่กลุ่มจังหวัดที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในค่าคะแนนน้อย จะพบว่ากลุ่มจังหวัดเหล่านี้จะเกาะกลุ่มกันโดยส่วนใหญ่ในองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการเข้าถึงที่มีค่าคะแนนน้อย

ซึ่งผลดังกล่าวอาจบ่งชี้ได้ว่าในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างในระดับต่ำนั้น อาจเกิดจากการที่ทำเลที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดเหล่านั้นอยู่ใกล้กับจังหวัดถิ่นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างกรุงเทพฯและปริมณฑล จึงทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบไปเช้าเย็นกลับได้ จึงไม่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายและการพักค้างเท่าที่ควร อีกทั้งในบางจังหวัดที่อยู่ในภาคอีสานที่ยังคงมีการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างต่ำนั้นอาจสืบเนื่องมาจากมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่และการเข้าถึงที่ในบางจังหวัดยังคงไม่มีสถานีรถไฟไปถึง

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่ส่งผลต่อดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ในการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่ส่งผลต่อดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างนั้น ผู้วิจัยจะมีขั้นตอนการวิเคราะห์ใน 2 ขั้นตอน ในขั้นตอนแรกคือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดผ่านการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และในขั้นตอนที่สองคือการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยจะมีรายละเอียดวิธีและผลของการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพและดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการความสัมพันธ์ในครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์จากการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่จะนำเข้าสู่สมการการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยจะประกอบไปด้วยชุดข้อมูลตัวแปรองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวในระดับรายละเอียดทั้งหมด 25 ที่ถูกแจกแจงออกมาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 3 ด้านตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวองค์ประกอบ 3 ประการ (3A's) ที่ถูกริเริ่มโดย Collier and Harraway (1987) โดยในแต่ละรายละเอียดขององค์ประกอบทั้ง 25 ตัวแปร ซึ่งจะเห็นรายละเอียดของตัวแปรได้จากตารางที่ 13 พร้อมกันนั้นคือชุดตัวแปรดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ที่มาจากชุดข้อมูลค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อคนต่อวันและสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่อผู้เยี่ยมเยือนของแต่ละจังหวัดเมืองรอง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558-2562) ซึ่งได้มีการจัดทำชุดข้อมูลทั้ง 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีหน่วยการวัดที่แตกต่างกัน ให้ออกมาในรูปแบบของค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score) เพื่อจะสามารถนำมาผนวกรวมกันของทั้ง 2 ชุดข้อมูลจากการหาค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนมาตรฐานทั้ง 2 ชุดข้อมูลให้ออกมาเป็น **ค่าดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการสัดส่วนผู้พักค้างในพื้นที่** ซึ่งจะสามารถเห็นถึงตารางสรุปผลการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ชุดตัวแปรนี้ได้จากตารางที่ 14

ตารางที่ 13 ตัวแปรองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวในระดับรายละเอียด

องค์ประกอบ การท่องเที่ยวหลัก	องค์ประกอบการท่องเที่ยวย่อย	รายละเอียดขององค์ประกอบการท่องเที่ยว
องค์ประกอบการท่องเที่ยว หลักด้านสิ่งดึงดูดใจ (A ₁)	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว (A _{1.1})	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (A _{1.1.1})
		จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม (A _{1.1.2})
		จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน (A _{1.1.3})
		จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ (A _{1.1.4})
		จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความบันเทิง (A _{1.1.5})
		จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย (A _{1.1.6})
	ดัชนีความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยว (A _{1.2})	
	คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (A _{1.3})	คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (A _{1.3.1})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม (A _{1.3.2})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน (A _{1.3.3})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ (A _{1.3.4})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬาและความ บันเทิง (A _{1.3.5})
คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย (A _{1.3.6})		
องค์ประกอบการท่องเที่ยว หลักด้านสิ่งดึงดูดใจ (A ₂)	จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวก (A _{2.1})	จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทร้าน กาแฟ (A _{2.1.1})
		จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทที่พัก (A _{2.1.2})
		จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภท ร้านอาหาร (A _{2.1.3})
		จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทร้านค้า (A _{2.1.4})
	คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (A _{2.2})	คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านกาแฟ (A _{2.2.1})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของที่พัก (A _{2.2.2})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านอาหาร (A _{2.2.3})
		คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของร้านค้า (A _{2.2.4})
องค์ประกอบการท่องเที่ยว หลักด้านความสามารถใน การเข้าถึง (A ₃)	ศักยภาพการคมนาคมทาง อากาศ (A _{3.1})	จำนวนสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง (A _{3.1.1})
		จำนวนระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุด ศูนย์กลางเมือง (A _{3.1.2})

		จำนวนเที่ยวบินรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง (A _{3.1.3})
	ศักยภาพการคมนาคมทางบก (A _{3.2})	จำนวนสถานีขนส่งทางบก (A _{3.2.1})
		จำนวนสถานีรถไฟ (A _{3.2.2})

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565



ตารางที่ 14 ตารางความสัมพันธ์รายละเอียดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพ 25 ตัวแปรกับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ค่า สหสัมพันธ์ กับดัชนี ศักยภาพ ของเมืองใน การดึงดูด ค่าใช้จ่าย และสัดส่วน ผู้พักค้าง	A ₁										A ₂						A ₃								
	A _{1.1}					A _{1.3}					A _{2.1}						A _{2.2}			A _{3.1}			A _{3.2}		
	A _{1.1.1}	A _{1.1.2}	A _{1.1.3}	A _{1.1.4}	A _{1.1.5}	A _{1.1.6}	A _{1.3.1}	A _{1.3.2}	A _{1.3.3}	A _{1.3.4}	A _{1.3.5}	A _{1.3.6}	A _{2.1.1}	A _{2.1.2}	A _{2.1.3}	A _{2.1.4}	A _{2.2.1}	A _{2.2.2}	A _{2.2.3}	A _{2.2.4}	A _{3.1.1}	A _{3.1.2}	A _{3.1.3}	A _{3.2.1}	A _{3.2.2}
Correlation	0.464**	-0.156	0.250*	-0.017	-0.191	0.359**	0.048	-0.200	0.166	0.019	0.016	0.062	0.155	0.331**	0.147	0.039	-0.030	0.266*	0.026	-0.204	-0.012	-0.250*	-0.231*	-0.078	0.124
Significant	0.000	0.127	0.033	0.451	0.082	0.004	0.364	0.071	0.113	0.445	0.445	0.327	0.130	0.007	0.390	0.413	0.025	0.425	0.068	0.464	0.033	0.045	0.286	0.183	

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา : ผู้วิจัย, 2565

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งรายละเอียดของชุดข้อมูล องค์ประกอบการท่องเที่ยวย่อยทั้ง 25 ตัวแปรกับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างนั้นพบว่า ไม่มีตัวแปรใดที่มีระดับความสัมพันธ์กันสูงเกิน 0.7 หรือตัวแปรที่มีอิสระต่อกัน ซึ่งจะไม่เกิดภาวะ Multicollinearity (สุทิน ชนะบุญ, 2563)

โดยที่ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ($A_{1.1.1}$) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน ($A_{1.1.3}$) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย ($A_{1.1.6}$) จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทที่พัก ($A_{2.1.2}$) คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของที่พัก ($A_{2.2.2}$) จำนวนระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง ($A_{3.1.2}$) และจำนวนเที่ยวบินรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง ($A_{3.1.3}$) มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับย่อย อันประกอบไปด้วย จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน ($A_{1.1.3}$) คะแนนคุณภาพเฉลี่ยของที่พัก ($A_{2.2.2}$) จำนวนระยะทางรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง ($A_{3.1.2}$) และจำนวนเที่ยวบินรวมของสนามบินในรัศมี 100 กิโลเมตรจากจุดศูนย์กลางเมือง ($A_{3.1.3}$) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในขณะที่องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับย่อยอย่าง จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ($A_{1.1.1}$) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัย ($A_{1.1.6}$) และจำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทที่พัก ($A_{2.1.2}$) นั้นจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

4.4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง ผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นหรือก็คือ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ต่อตัวแปรตามอย่างดัชนีของเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง (Y) โดยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบ ขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นวิธีในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดและได้โมเดลที่ประหยัดที่สุด ภายหลังจากได้ทำการวิเคราะห์ตัวแปร องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างจะได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		β	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	b	S.E.				Tolerance	VIF
(Constant)	-0.598	0.198		-3.021	0.004		
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภท ธรรมชาติ (A _{1.1.1})	0.008	0.002	0.657	5.470	0.000**	0.691	1.447
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภท วัฒนธรรม (A _{1.1.2})	-0.009	0.005	-0.281	-2.053	0.045*	0.533	1.878
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภท แหล่งเรียนรู้ (A _{1.1.4})	-0.018	0.007	-0.440	-2.659	0.010**	0.364	2.744
จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการท่องเที่ยวประเภท ร้านอาหาร (A _{2.1.3})	0.001	0.000	0.439	3.574	0.001**	0.659	1.517

$R = 0.708$ $R^2 = 0.502$ $AdjR^2 = 0.462$ $S.E.est = 0.668$ $F = 12.587$ $P - value = 0.000$

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา : ผู้วิจัย, 2565

ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยวระดับย่อยอย่างจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (A_{1.1.1}) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม (A_{1.1.2}) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ (A_{1.1.4}) ที่เป็นชุดข้อมูลตัวแปรรายละเอียดที่อยู่ภายใต้องค์ประกอบหลักในด้านสิ่งดึงดูดใจ (A₁) และ จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหาร (A_{2.1.3}) ที่เป็นชุดข้อมูลตัวแปรรายละเอียดที่อยู่ภายใต้องค์ประกอบหลักในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A₂) นั้น เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง อีกทั้งเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.708 มีอำนาจพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.502 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 50.2 โดยจะสามารถอธิบายถึงรายละเอียดของความสัมพันธ์ในแต่ละตัวแปรขององค์ประกอบการท่องเที่ยวกับระดับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างได้ ดังต่อไปนี้

- 1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ($A_{1.1.1}$) มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าหากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในเมืองรอนั้นเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างเพิ่มขึ้นในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (b) ที่ 0.008 และมีความสัมพันธ์กันที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ 0.000 หรือมีระดับของนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 99.99
- 2) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ($A_{1.1.2}$) มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในทิศทางลบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (b) ที่ -0.009 และมีความสัมพันธ์กันที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ 0.045 หรือมีระดับของนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 95
- 3) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ ($A_{1.1.4}$) มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในทิศทางลบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (b) ที่ -0.018 และมีความสัมพันธ์กันที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ 0.01 หรือมีระดับของนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 99
- 4) จำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหาร ($A_{2.1.3}$) มีความสัมพันธ์กับระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าหากจำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารในเมืองรอนั้นเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างเพิ่มขึ้นในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (b) ที่ 0.001 และมีความสัมพันธ์กันที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ที่ 0.001 หรือมีระดับของนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 99.99

กล่าวโดยสรุปจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's อันประกอบไปด้วยองค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง จะสามารถระบุได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง คือ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ (A_1) และองค์ประกอบในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A_2) ซึ่งจะแสดงให้เห็นได้จากตารางผลการวิเคราะห์ที่พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ($A_{1.1.1}$) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ($A_{1.1.2}$) และจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ ($A_{1.1.4}$) ใน

ประเด็นจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหาร (A_{2.1.3}) ที่เป็นองค์ประกอบ รายละเอียดที่ถูกแจกแจงย่อยลงมาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 2 ด้าน

โดยอาจกล่าวได้ว่าหากเมืองรอนนั้นมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติก็จะส่งผลให้สามารถดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้มากกว่าเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว ประเภทแหล่งเรียนรู้ ประกอบกับหากในเมืองรอนนั้นมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ดี ก็จะส่งผลให้เมืองรอนนั้นๆสามารถดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้ด้วยเช่นกัน

4.5 สรุปผลการจัดกลุ่มเมืองรองและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพที่ส่งผล ต่อดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง

ในหัวข้อนี้จะเป็นการสรุปเนื้อหาในบทที่ 4 ทั้งวิธีการและข้อสังเกตที่น่าสนใจการจัดกลุ่มเพื่อ ประเมินสภาพของกลุ่มจังหวัดในเมืองรองและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการ ท่องเที่ยวและดัชนีในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้างของเมืองรอง

โดยในส่วนแรกคือการประเมินลักษณะของพื้นที่ศึกษา ซึ่งก็คือจังหวัดในกลุ่มเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ทั้งในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2558-2562) และในมุมมองของพื้นที่ซึ่งจะประเมินด้วยการพิจารณาความพร้อมขององค์ประกอบการ ท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's ประกอบไปด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการเข้าถึง ผ่านการจัดกลุ่มข้อมูลตามระดับค่าคะแนน มาตรฐานที่จะมีการหยิบยกเทคนิคการแบ่งช่วงชั้นของข้อมูลจากการจับกลุ่มของข้อมูลแบบธรรมชาติ (Jenks Natural Breaks) มาใช้ในการจัดกลุ่มเมืองในแต่ละลักษณะ โดยหากประเมินผ่านมุมมองของ นักท่องเที่ยว จะพบว่าสามารถจัดกลุ่มได้ทั้งเมืองรองที่มีการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างใน ระดับดี ปานกลางและต่ำ อีกทั้งหากประเมินผ่านมุมมองของพื้นที่จะพบว่า สามารถจัดกลุ่มได้ทั้งเมือง รองที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ทั้งในระดับค่าคะแนนมาก ปานกลางและน้อย โดยเมื่อนำทั้ง 2 ชุดข้อมูลการประเมินลักษณะของเมืองรองจากทั้ง 2 มุมมองมาทำการวิเคราะห์จะพบถึง ข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ แม้แต่กลุ่มเมืองรองทั้ง 6 จังหวัดที่มีศักยภาพในการดึงดูดการใช้จ่ายและ สัดส่วนของผู้พักค้างในระดับดีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ก็ยังคงพบว่าโดยส่วนใหญ่ยังคงมีค่าคะแนนของการ ประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและน้อย อีกทั้งเมื่อย้อนกลับมาพิจารณาผล การประเมินในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง

ในทุกุระดับทั้ง ระดับดี ระดับปานกลางและระดับต่ำ จะพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วยังคงมีค่าคะแนนของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะในองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยผลลัพธ์ดังกล่าวอาจบ่งชี้ว่า การพัฒนาเมืองรองด้านการท่องเที่ยวยังสามารถเพิ่มศักยภาพได้จากการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเชิงกายภาพของพื้นที่ เพื่อดึงดูดผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความพร้อมให้กับพื้นที่เพื่อจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวที่จะสร้างรายได้และความยั่งยืนให้กับพื้นที่โดยที่ไม่เน้นไปในเรื่องของการดึงดูดปริมาณนักท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น จึงนำมาสู่การหาแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของแต่ละบริบทของเมืองรองอย่างเหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยได้หยิบยกโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ขึ้นมา เพื่อหาว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านใดบ้างที่จะมีความสัมพันธ์กับดัชนีในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง โดยจากผลการวิเคราะห์ พบว่า จำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ และจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหาร เป็น 4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับย่อย ที่ถูกจำแนกมาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 2 ด้านคือด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับดัชนีในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง โดยหากพิจารณาไปที่ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยจะพบว่ามีเพียง จำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหาร เป็น 2 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในการวางแผนของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองในประเด็นการสร้างความพร้อมของพื้นที่นั้น ควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านจำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและจำนวนร้านอาหารที่จะใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

นอกจากนั้นแล้วจากผลการวิเคราะห์ที่ไม่พบถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงที่จะมีความสัมพันธ์ต่อดัชนีในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ที่เป็นเช่นนั้นอาจเพราะในปัจจุบันการพัฒนาในด้านการคมนาคมของประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ ได้พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้มีความครอบคลุมการเข้าถึงได้ในทุกจังหวัด จึงทำให้เมื่อนำองค์ประกอบในด้านนี้มาทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ร่วมกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจและสิ่งอำนวยความสะดวก จึงอาจไม่ได้ส่งผลต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้มากนัก

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลงานการศึกษามานำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ผ่านมาโดยมีการอ้างอิงกับแนวคิดและทฤษฎีในประเด็นการท่องเที่ยวมาเพื่อประกอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ อีกทั้งผู้วิจัยได้มีการเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างเหมาะสมในแต่ละบริบทขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละเมือง รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะในด้านยุทธศาสตร์ของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน เพื่อมุ่งไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวจากการวางทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละบริบทเมืองรองให้เกิดศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างหรือนักท่องเที่ยวที่จะมีแนวโน้มในการเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีการใช้จ่ายสูงและการพักค้างไปยังพื้นที่ และสามารถสร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับกลุ่มจังหวัดในเมืองรองได้อย่างสัมฤทธิ์ผล ซึ่งจะตอบสนองต่อแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ที่ต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นของรายได้การท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรอง พร้อมกันนั้นคือการเมืองมีศักยภาพในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังในการใช้จ่ายและพักค้างได้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์องค์ประกอบการท่องเที่ยวกับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยจะสามารถสรุปผลการศึกษาพร้อมทั้งอภิปรายผลได้ ดังนี้

โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลกับดัชนีศักยภาพของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองจากแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ในประเด็น จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทเรียนรู้ ประกอบกับ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในประเด็น จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหาร เป็น 4 องค์ประกอบย่อย จาก 2 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวหลักตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3A's ที่มีความสัมพันธ์กับการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรอง

นอกจากนั้นเมื่อทำการอภิปรายผลการวิเคราะห์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในข้างต้น โดยที่จะเจาะในแต่ละประเด็นของแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยว จะสามารถอธิบายถึงข้อเท็จจริงที่เข้ามาสนับสนุนความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างนั้น พบว่า จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก อาจกล่าวได้เป็นประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลให้มีเมืองรองแนวโน้มในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้ มากกว่าเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งเรียนรู้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะสามารถนำมาวางทิศทางของการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองต่อไปนี้ อีกทั้งเมื่อนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาประกอบกับผลการศึกษาจากงานวิจัยในประเด็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพโดยกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติและในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวคุณภาพมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงจิตวิทยาที่มักชื่นชอบและนิยมเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวนิเวศ (อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี, 2561)

พร้อมกันนั้นจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีของเมืองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง พบว่า จำนวนร้านอาหารเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสัมพันธ์กับการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวมาয়ยังกลุ่มเมืองรอง ซึ่งคาดการณ์ได้ว่าการที่เมืองรองนั้นมีจำนวนร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ได้ หรืออาจสื่อความหมายได้อีกนัยยะคือการที่การที่เมืองรองนั้นมีชื่อเสียงในเรื่องของร้านอาหารหรือจะเป็นตัวของอาหารเองที่โดดเด่นขึ้นมา ก็จะสามารถสร้างการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่มีการกล่าวไว้ว่าอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากอาหารจะสามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่แตกต่างกันออกไป อาจถือได้ว่าอาหารเป็นแรงจูงใจหลักในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่โดยส่วนใหญ่มักจะมีอุปนิสัยในการค้นหาอาหารท้องถิ่นที่แปลกใหม่และไม่เคยลอง อีก

ทั้งจากมีผลสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดย ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์ ใน ปี 2565 ได้ระบุไว้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้วค่าใช้จ่าย 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมักใช้ไปกับค่าอาหารและ เครื่องดื่ม

อย่างไรก็ดีจากการที่องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงไม่ปรากฏ ในผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยวและดัชนีในการดึงดูดค่าใช้จ่าย และการพักค้าง อาจกล่าวได้ว่าที่เป็นเช่นนั้นเพราะในปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่สามารถเดินทางไปถึงทุกเมืองในประเทศไทย แม้อาจมีบางจังหวัดที่ต้องมีการต่อรถในการเดินทาง แต่ก็ไม่สร้างอิทธิพลที่ทำให้องค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึงนั้นส่งผลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่าย และการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ เมื่อเทียบกับอีก 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวในข้างต้น ประกอบกับจากตัวอย่างงานวิจัยในประเด็นความคาดหวังและพึงพอใจในระบบการขนส่งของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยซึ่งอยู่ในรายชื่อหนึ่งในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับรูปแบบการเดินทางในระบบขนส่งภายในจังหวัด นอกเหนือจากการใช้รถยนต์ส่วนตัวนั้น คือการใช้บริการรถรับจ้างสองแถว รถโดยสารประจำทาง รถตุ๊กตุ๊ก และรถโดยสารรอบเมือง โดยจากผลการวิจัยดังกล่าวอาจเป็นไปได้ว่าหากในงานวิจัยครั้ง ต่อไปได้มีการหยิบยกชุดข้อมูลที่เกี่ยวกับระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดมาใช้หาความสัมพันธ์กับ ระดับดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างอาจพบถึงข้อค้นพบที่น่าสนใจใน การนำไปสู่การวางแผนการพัฒนาองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึงภายในเมืองก็เป็นได้ (ทัศนญา บรวานัน, 2554) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว จะสามารถตอบ ข้อคำถามงานวิจัยในข้อแรกที่ว่า องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวด้านใดบ้าง ที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมือง รองของประเทศไทย กล่าวคือจะมี 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้วยกันที่ส่งผลด้วยกันต่อการใช้จ่าย และการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย คือ องค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจและองค์ประกอบด้าน ความสามารถในการเข้าถึง โดยผลดังกล่าวจะสอดคล้องตาม สมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 1 ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ ว่าองค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ส่งผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองมากกว่าความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

อีกทั้งสามารถตอบข้อคำถามงานวิจัยในข้อที่สองที่ว่าจำนวนหรือคุณภาพขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว สิ่งไหนมีผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทยมากกว่า ซึ่งจะสามารถตอบได้ว่า จำนวนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจในจำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในจำนวนร้านอาหาร มีผลต่อการใช้จ่ายและการพักค้างในเมืองรองของประเทศไทย มากกว่าคุณภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างจากสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า คะแนนคุณภาพที่มาจากนักท่องเที่ยวที่ให้คะแนนกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น มีผลต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวมากกว่า จำนวนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถเข้าถึงของการเดินทางและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยผลลัพธ์เป็นเช่นนั้น เนื่องจากเมื่อทำการพิจารณาถึงค่าคะแนนคุณภาพที่นักท่องเที่ยวให้กับองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น จากคะแนนคุณภาพเต็มคือ 5 คะแนน ตามระดับการให้คะแนนแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภท ที่พัก ร้านอาหาร แลพร้านกาแฟ ในแพลตฟอร์ม Google Map เมื่อนำมาหาค่าคะแนนมากที่สุด ค่าคะแนนน้อยที่สุด และค่าเฉลี่ย ของทั้ง 55 จังหวัดแล้ว จะพบว่า การให้คะแนนคุณภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับของคะแนนคุณภาพที่สูงใกล้เคียงกัน โดยที่คะแนนคุณภาพขององค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวให้ในแต่ละจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด มีคะแนนคุณภาพระดับมากที่สุดนั้นคือ 4.57 น้อยที่สุดคือ 4.13 และค่าเฉลี่ยคือ 4.35 อีกทั้งคะแนนคุณภาพขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า คะแนนคุณภาพมากที่สุดนั้นคือ 4.41 น้อยที่สุดคือ 4.27 และค่าเฉลี่ยคือ 4.33 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย ได้สรุปผลออกมาว่าในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างไปยังพื้นที่นั้น คือ การส่งเสริมการสร้างองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยเฉพาะในด้านแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทร้านอาหาร ให้สามารถรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ นั้น จึงเป็นการพัฒนาที่เหมาะสมกับกลุ่มเมืองรอง ในประเทศไทย

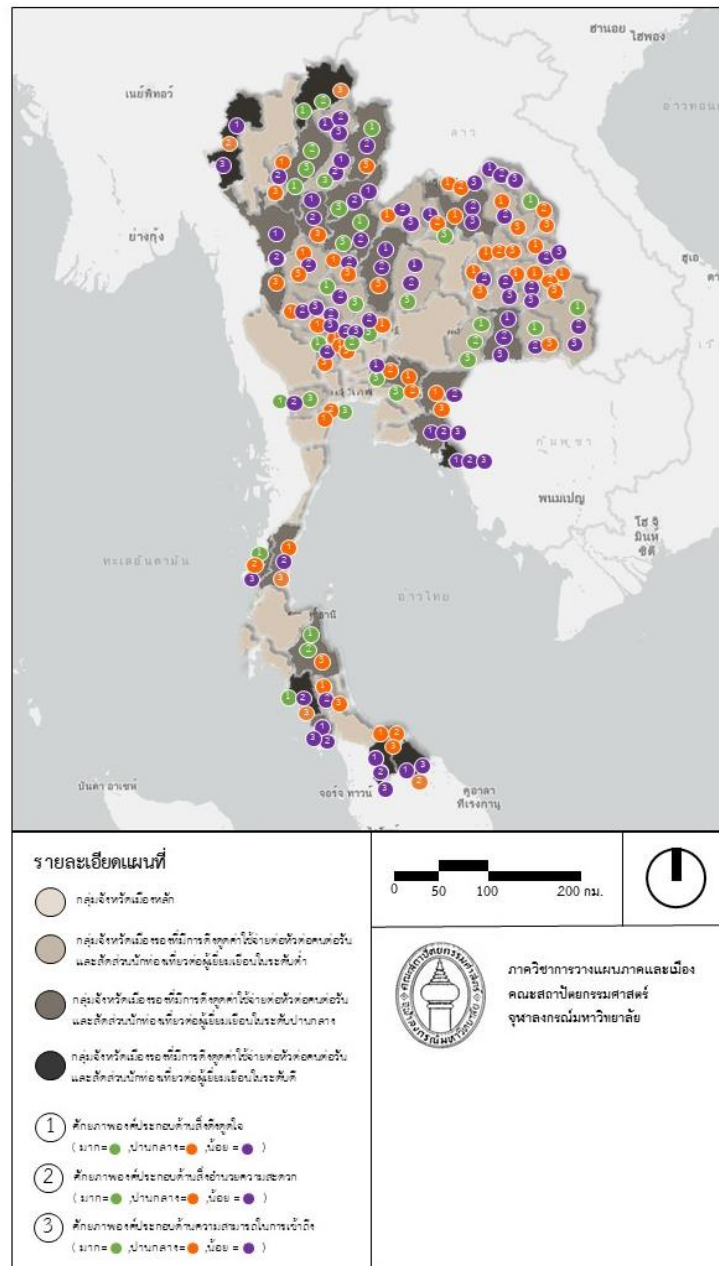
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในแต่ละบริบทของเมืองรอง

จากในอดีตที่ผ่านมาแผนนโยบายในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในประเทศไทยที่ถูกริเริ่มขึ้นในปี 2560 นั้น จะมีลักษณะของแผนการพัฒนาอยู่ 2 ลักษณะ ในลักษณะแรกแผนนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองในลักษณะของ One Size Fit ALL หรือก็คือนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพใหญ่ที่ครอบคลุมทั้ง 55 จังหวัดเมืองรองทั้งในแผนระดับประเทศและแผนในระดับภูมิภาค อาทิ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (ปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ.2564) และแผนโครงการ MORE LOCAL กระตุ้นเมืองรองทั้ง 5 ภูมิภาค ในส่วนของลักษณะที่สองจะเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองที่ออกมาเป็นแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวระยะสั้น อาทิ เทียวเมืองรองลดหย่อนภาษี เทียวเมืองรองความสุขยกกำลัง 2 เมืองรองภาคกลาง ศิวิลักษณ์ เมืองรองต้องไป เป็นต้น ซึ่งจากแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองทั้ง 2 ลักษณะนี้ แม้ว่าจะสามารถเพิ่มอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ใน ปี พ.ศ.2560 ที่มีการริเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัดในเมืองรอง แต่ก็ยังคงพบถึงปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางกลุ่มจังหวัดเมืองรองและต่อเนื่องไปจนถึงการเกิดปัญหาการเกินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่และนำไปสู่สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดความเสื่อมโทรมลงไปเรื่อยๆ

จากปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพิจารณาความพร้อมหรือระดับศักยภาพขององค์ประกอบในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยวก่อนจะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเหมือนในอดีตที่ผ่านมา เพื่อจะสามารถส่งเสริมศักยภาพที่เป็นจุดเด่นของเมืองรองได้อย่างเหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ อีกทั้งสามารถแก้ไขและพัฒนาจุดอ่อนพื้นที่ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์คือการเพิ่มขึ้นของศักยภาพกลุ่มจังหวัดในเมืองรองที่จะสามารถดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้นั่นเอง จึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงระดับศักยภาพในปัจจุบันของเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดใน 2 มิติด้วยกัน ทั้งในมิติของระดับศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2558 - พ.ศ.2562) และมิติขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยเมื่อนำผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 มิติ มาทำการซ้อนทับและแปลผลของข้อมูลลงบนแผนที่กลุ่มจังหวัดเมืองรอง 55 จังหวัดทั้งประเทศไทย จะพบว่าจากมิติของศักยภาพด้านการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง นั้นมีลักษณะในกลุ่มเมืองรองที่มีระดับการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างอยู่ในระดับดี จะมีการกระจุกกันบริเวณจังหวัดติดเขตแดนของประเทศไทยทั้งในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดตรัง จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลาและจังหวัดตราด ซึ่งมีเพียง 6 จังหวัดตามรายชื่อนี้เท่านั้นที่อยู่ในกลุ่มเมืองรองที่มีการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดี ถือได้ว่ายังคงเป็นปริมาณจังหวัดที่น้อยมากเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดเมือง

รองทั้งหมด 55 จังหวัด แสดงให้เห็นได้ถึงข้อเท็จจริงที่ว่าที่ผ่านมานโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการกระจายรายได้การท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนท้องถิ่น เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำนั้นยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ประกอบกับเมื่อมาพูดถึงการกระจายตัวของข้อมูลในมิติที่สองคือด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวหลักทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง พบว่าการกระจายตัวของระดับองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในระดับมาก ระดับปานกลางและระดับน้อยกระจายตัวอยู่ทั่วทุกจังหวัดเมืองรองอย่างไม่มีทิศทาง ไม่มีการเกาะกลุ่มในพื้นที่จังหวัดหรือภูมิภาคใดเป็นพิเศษไม่เว้นแม้แต่กลุ่มเมืองรองที่มีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในระดับดีทั้ง 6 จังหวัดที่กล่าวมาในข้างต้นก็ยังคงมีการกระจายของระดับศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดปะปนในทุกระดับศักยภาพ อย่างไรก็ตามสิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนจากชุดข้อมูลศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แปลงลงบนแผนที่คือ ปริมาณขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในศักยภาพปานกลางและระดับน้อยนั้น มีปริมาณที่มากกว่าในองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับมาก ที่มีการกระจายตัวอยู่เพียงเล็กน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากภาพที่ 47



ภาพที่ 47 แผนที่แสดงการซ้อนทับของศักยภาพการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย, 2565

นอกจากนี้แล้วเมื่อนำข้อมูลการจัดกลุ่มตามค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวมาจัดลงตารางที่ 16 ที่จำแนกรายละเอียดของแต่ละประเภทขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้านคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการเข้าถึงจะพบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีค่าคะแนนในระดับดีน้อยที่สุด คือ องค์ประกอบในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญรองลงมาจากองค์ประกอบในด้าน

สิ่งดึงดูดใจที่เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่โดยส่วนใหญ่ค่าคะแนนของระดับศักยภาพจะขึ้นอยู่กับทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่แต่เดิมในพื้นที่ จากข้อค้นพบดังกล่าวเป็นสิ่งที่ตอกย้ำได้ถึงปัญหาที่ผ่านมาจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองของประเทศไทยที่เกิดปัญหาการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่เกินขีดความพร้อมในการรองรับของพื้นที่ซึ่งโดยส่วนใหญ่นั้นจะมาจากปัญหาในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ โดยส่วนหนึ่งนั่นก็คือสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว อาทิ ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าในการวางแผนทางของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยนั้น ควรมุ่งเน้นไปที่การให้ความสำคัญกับแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเพิ่มศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เพื่อให้เมืองรองเหล่านั้นมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างมายังพื้นที่ได้ ไปพร้อมกับต้องมีการส่งเสริมในด้านการทำการตลาดการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในอีกทางหนึ่งให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังกลุ่มจังหวัดในเมืองรอง

ตารางที่ 16 ตารางสรุปรายชื่อกลุ่มจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดตามศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง และระดับค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยว

กลุ่มจังหวัดเมืองรอง ตามศักยภาพการ ดึงดูดค่าใช้จ่ายและ สัดส่วนของผู้พักค้าง ในช่วง 5 ปี (พ.ศ.2558-2562)	ระดับค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงกายภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน								
	กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับดีมาก			กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง			กลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับน้อย		
	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการ เข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการ เข้าถึง	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสามารถในการ เข้าถึง
กลุ่มจังหวัดเมืองรอง ที่มีภาวะดีสุด การใช้จ่ายและ สัดส่วนของผู้พักค้าง ระดับดี (6 จังหวัด)	<ul style="list-style-type: none"> เชียงใหม่ ศรี 	<ul style="list-style-type: none"> เชียงใหม่ 			<ul style="list-style-type: none"> นราธิวาส 	<ul style="list-style-type: none"> แม่ฮ่องสอน เชียงราย ตรัง 	<ul style="list-style-type: none"> ยะลา นราธิวาส แม่ฮ่องสอน ตราด 	<ul style="list-style-type: none"> ยะลา แม่ฮ่องสอน ตราด ตรัง 	<ul style="list-style-type: none"> ยะลา นราธิวาส ตราด
กลุ่มจังหวัดเมืองรอง ที่มีภาวะดีสุดการใช้จ่าย และสัดส่วนของผู้ พักค้าง ระดับปานกลาง (18 จังหวัด)	<ul style="list-style-type: none"> นครศรีธรรมราช น่าน พิจิตร ระนอง 	<ul style="list-style-type: none"> ลำปาง นครศรีธรรมราช 	<ul style="list-style-type: none"> ลำปาง พิจิตร 	<ul style="list-style-type: none"> ลำปาง ชุมพร สระแก้ว อุดรธานี ปัตตานี ปราจีนบุรี 	<ul style="list-style-type: none"> นครนายก ปัตตานี ปราจีนบุรี ระนอง 	<ul style="list-style-type: none"> นครศรีธรรมราช ชุมพร น่าน ตาก เพชรบูรณ์ สระแก้ว สุโขทัย ปัตตานี 	<ul style="list-style-type: none"> จันทบุรี ตาก เพชรบูรณ์ สตูล สุโขทัย สุรินทร์ นครนายก อุดรธานี 	<ul style="list-style-type: none"> จันทบุรี ชุมพร น่าน ตาก เพชรบูรณ์ พิจิตร สตูล สุโขทัย สุรินทร์ อุดรธานี อุดรธานี 	<ul style="list-style-type: none"> จันทบุรี สตูล สุรินทร์ อุดรธานี
กลุ่มจังหวัดเมืองรอง ที่มีภาวะดีสุดการใช้จ่าย และสัดส่วนของผู้ พักค้าง ระดับต่ำ (31 จังหวัด)	<ul style="list-style-type: none"> บุรีรัมย์ นครพนม นครสวรรค์ สุพรรณบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี ศรีสะเกษ 	<ul style="list-style-type: none"> บุรีรัมย์ อ่างทอง 	<ul style="list-style-type: none"> บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม นครสวรรค์ หนองบัวลำภู แพร่ ราชบุรี ชัยภูมิ ลพบุรี 	<ul style="list-style-type: none"> อ่างทอง หนองคาย อุทัยธานี อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ สมุทรสงคราม กำแพงเพชร พิจิตร มหาสารคาม เลย พิจิตร ร้อยเอ็ด สกลนคร ยโสธร สิงห์บุรี มุกดาหาร ลำพูน ลพบุรี ชัยนาท 	<ul style="list-style-type: none"> หนองคาย อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ นครพนม สมุทรสงคราม หนองบัวลำภู 	<ul style="list-style-type: none"> อ่างทอง อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ นครพนม กำแพงเพชร พัทลุง มหาสารคาม สกลนคร มุกดาหาร สุพรรณบุรี ลำพูน ศรีสะเกษ พิจิตร 	<ul style="list-style-type: none"> หนองบัวลำภู แพร่ บึงกาฬ พะเยา ชัยภูมิ 	<ul style="list-style-type: none"> อุทัยธานี กำแพงเพชร นครสวรรค์ พัทลุง มหาสารคาม สุพรรณบุรี เลย แพร่ บึงกาฬ พะเยา ร้อยเอ็ด สกลนคร ราชบุรี ยโสธร ชัยภูมิ สิงห์บุรี มุกดาหาร สุพรรณบุรี ลำพูน ศรีสะเกษ ลพบุรี ชัยนาท พิจิตร 	<ul style="list-style-type: none"> หนองคาย อุทัยธานี สุพรรณบุรี เลย บึงกาฬ ชัยนาท ร้อยเอ็ด ยโสธร สิงห์บุรี

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย,2565

ดังนั้นในการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในแต่ละบริบทของเมืองรองนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเชิงกายภาพทั้ง 3 ด้าน ที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีระดับค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับปานกลางและระดับน้อย อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นรายชื่อของจังหวัดเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มเหล่านี้ได้จากตารางที่ 16 เพื่อจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถและความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านในกลุ่มจังหวัดเมืองรองให้ดึงดูดและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายและการพักค้างเดินทางมายังพื้นที่และสามารถตอบสนองต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2565 จากแคมเปญ Visit Thailand Year 2022 : Amazing New Chapters เจาะกลุ่มเป้าหมายคุณภาพและนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและเต็มใจจ่าย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565)

โดยผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดการใช้จ่ายและสัดส่วนของผู้พักค้าง ผ่านโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มาเป็นแนวทางในการวางทิศทางของข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในครั้งนี้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ในข้างต้นนั้นจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในประเด็นของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่การวางทิศทางของข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้นจะต้องมุ่งเน้นและสำคัญในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พร้อมกันนั้นคือการวางแนวทางในการตั้งรับและป้องกันสำหรับการกลับมาของนักท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซะลดตัวลง จนสามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างเต็มรูปแบบ ไม่ให้ทรัพยากรทางธรรมชาติเกิดผลกระทบในเชิงลบอย่างในอดีต จนอาจนำไปสู่การเกิดปัญหาด้านความเสื่อมโทรม และต้องสูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นจากประเทศอื่นๆไปในที่สุด

ประกอบกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในประเด็นของจำนวนร้านอาหาร ที่การวางทิศทางของข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้นจะต้องให้ความสำคัญในการกระตุ้นผู้ประกอบการในพื้นที่ให้มุ่งเปิดธุรกิจในด้านร้านอาหาร ให้เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะต้องผนวกไปกับการให้ความสำคัญกับการสร้างเอกลักษณ์ของอาหารในถิ่นที่อยู่ของตนที่โดดเด่นและแตกต่างจากพื้นที่อื่น จนสามารถที่จะกระตุ้นความน่าสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวและเกิดความต้องการที่จะเดินทางเข้าไปลิ้มลองอาหารในพื้นที่

และถึงแม้องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึง จะไม่พบว่าตัวแปรใดเลยในกลุ่มองค์ประกอบการท่องเที่ยวประเภทนี้ที่จะส่งผลต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของ

นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากมีผลของงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องของการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบขนส่งภายในเมือง ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการวางทิศทางของข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองในประเด็นนี้ด้วยเช่นกัน

เมื่อนำผลการวิเคราะห์มาสรุปจนสามารถเห็นถึงแนวทางในการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองในข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง ตามประเภทขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ที่มีค่าคะแนนอยู่ในระดับปานกลางและระดับน้อย โดยจะสามารถแบ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาที่จะมีเนื้อหาที่สอดคล้องไปตามผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้ให้

กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางและน้อย

โดยในกลุ่มนี้ประกอบไปด้วย จังหวัดลำปาง จังหวัดชุมพร จังหวัดสระแก้ว จังหวัดอุดรธานี จังหวัดปัตตานี จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดเลย จังหวัดพิจิตร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสกลนคร จังหวัดยโสธร จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดลำพูน จังหวัดลพบุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตาก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสตูล จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครนายก จังหวัดอุดรดิตถ์ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดแพร่ จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดพะเยา และจังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางและน้อย ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 42 จังหวัด จากทั้งหมด 55 จังหวัดเมืองรอง

ซึ่งการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้จะสามารถระบุถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังต่อไปนี้ ในประเด็นแรกนั้นคือ การกำหนดขอบเขตพื้นที่ประเภทการใช้งานในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และการใช้งานในปัจจุบัน อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่ต้องได้รับการสงวนรักษา พื้นที่การเกษตรเพื่อผลิตวัตถุดิบในด้านอาหาร หรือแม้แต่พื้นที่สีเขียวเพื่อการท่องเที่ยวอันันทนาการ เป็นต้น ประกอบกับการออกมาตรการควบคุมในเรื่องของการสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่จะต้องไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment : EIA) ในโครงการสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่ อีกทั้งการวางนโยบายในการแก้ไขและ

เตรียมพร้อมสำหรับปัญหาในด้านขยะมูลฝอยที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นจากการเข้ามาของกลุ่มนักท่องเที่ยว

นอกจากการออกนโยบายที่จะเข้ามาดูแลและควบคุมเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แล้วนั้น การต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ก็ถือเป็นอีกประเด็นสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยอาจมีการผสมผสานกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นกิจกรรมแนวอนุรักษ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ร่วมไปกับใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นส่วนประกอบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ประกอบกับการนำเสนอการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผ่านการตลาดสมัยใหม่ อาทิ นำเสนอผ่าน Influencer Marketing ทั้งในแพลตฟอร์ม Facebook Youtube และ Instagram อีกทั้งการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้ได้รับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในระดับประเทศ Thailand Tourism Standard โดยกรมการท่องเที่ยว และอาจต่อเนื่องไปสู่การมีมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากล (Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations: GSTC) ก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่จะสามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ด้วยเช่นกัน

กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางและน้อย

โดยในกลุ่มนี้ประกอบไปด้วยจังหวัดนราธิวาส จังหวัดนครนายก จังหวัดปัตตานี จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดระนอง จังหวัดหนองคาย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดนครพนม จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดยะลา จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดตราด จังหวัดตรัง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชุมพร จังหวัดน่าน จังหวัดตาก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสตูล จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุดรดิษฐ์ จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดเลย จังหวัดแพร่ จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดพะเยา จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสกลนคร จังหวัดราชบุรี จังหวัดยโสธร จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดลำพูน และจังหวัดศรีสะเกษ ที่เป็นกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางและน้อย ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 47 จังหวัด จากทั้งหมด 55 จังหวัดเมืองรอง

ซึ่งการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้ จะสามารถระบุถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังต่อไปนี้ ในประเด็นแรกคือ การพัฒนาเครือข่ายร้านอาหารในจังหวัด โดยจะต้องมีมาตรการที่สามารถเกื้อหนุนให้เกิดผู้ประกอบการในธุรกิจประเภท SME โดยเฉพาะด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มให้เพิ่มขึ้นในพื้นที่ ซึ่งอาจผนวกมาพร้อมกับแคมเปญส่งเสริมในด้านการตลาดการท่องเที่ยว อาทิ การเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจผ่านการสร้าง Story Telling ในงานอาหารของร้านอาหารในจังหวัด การสร้างเครือข่ายร้านอาหารที่เป็นร้านอาหารพื้นถิ่นชื่อดังร่วมกับร้านอื่นๆ ที่ความน่าสนใจของความหลากหลายในรสชาติอาหารพื้นถิ่นให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวลิ้มรสอาหารถิ่นทั้งในจังหวัดเองและเชื่อมโยงเครือข่ายกับกลุ่มร้านอาหารในจังหวัดข้างเคียง ประกอบกับยกระดับมาตรฐานร้านอาหารในพื้นที่ให้มีความโดดเด่นพร้อมทั้งได้มาตรฐานในระดับสากล อาทิ การยกระดับงานอาหารและวัตถุดิบอาหารพื้นถิ่นด้วยการทำ Food Styling การมีวางแผนพัฒนาเครือข่ายร้านอาหารในพื้นที่เพื่อมุ่งไปสู่การได้มาตรฐานระดับมิชลินสตาร์ ซึ่งรางวัลดังกล่าวจะสามารถสร้างแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการเดินทางเข้ามาลิ้มลองไม่เพียงแต่คนในประเทศแต่รวมไปถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่รู้จักมาตรฐานของรางวัลส่วนประกอบ

ไม่เพียงเท่านั้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทร้านอาหาร ยังจะสามารถพัฒนาให้เกิดการเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ได้อีกด้วย อาทิ ผู้ประกอบการในกลุ่มที่พัก ที่จะสามารถสร้างความน่าสนใจจากการสร้างงานอาหารให้เกิดเอกลักษณ์จากการเน้นการใช้วัตถุดิบที่มาท้องถิ่นเอง (Local Food) โดยหากทำการเชื่อมโยงกันของผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ที่พัก รวมไปถึงผู้ผลิตวัตถุดิบในพื้นที่ (Farming System) แล้วนั้นก็จะสามารถก่อให้เกิดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ คือ เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่จะสามารถพานักท่องเที่ยวไปรู้จักตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบไปจนถึงงานอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์บนร้านอาหาร

กลุ่มที่ 3 คือกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีค่าคะแนนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึงในระดับปานกลางและน้อย

ถึงแม้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงนั้น จะไม่ปรากฏในผลการวิเคราะห์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในข้างต้น ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าเนื่องด้วยตัวแปรรายละเอียดขององค์ประกอบเป็นการนำตัวแปรที่ระบุถึงขนส่งสาธารณะในการ

เดินทางระหว่างจังหวัด ซึ่งจากผลการศึกษาจากงานวิจัยในประเด็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายและพักค้างสูงที่ผ่านมานั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ประกอบกับตัวอย่างงานวิจัยในประเด็นความคาดหวังและพึงพอใจในระบบการขนส่งของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยซึ่งอยู่ในรายชื่อหนึ่งในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับรูปแบบการเดินทางในระบบขนส่งภายในจังหวัดมากกว่าการเดินทางด้วยระบบขนส่งระหว่างจังหวัด (ทศญา บราวน์, 2554)

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาองค์ประกอบในด้านความสามารถในการเข้าถึงในกลุ่มจังหวัดเมืองรองเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยจะมุ่งในเรื่องของการกล่าวถึงการพัฒนาขนส่งภายในจังหวัด โดยจังหวัดเมืองรองในกลุ่มนี้จะประกอบไปด้วยจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดชุมพร จังหวัดน่าน จังหวัดตาก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสุโขทัย จังหวัดปัตตานี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดนครพนม จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพัทลุง จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดสกลนคร จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดลำพูน จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดพิจิตร จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดสตูล จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดระนอง จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดเลย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดชัยนาท จังหวัดพะเยา จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร และจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 42 จังหวัด จากทั้งหมด 55 จังหวัดเมืองรอง

ซึ่งการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงในกลุ่มจังหวัดเหล่านี้ จะสามารถระบุถึงข้อเสนอแนะได้ คือ การวางแผนเพิ่มทางเลือกของระบบขนส่งสาธารณะภายในเมืองให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวโดยครอบคลุมการสัญจรทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก อาทิ รถไฟฟ้าเวียนรอบเมือง และรถสองแถว เป็นต้น รวมไปถึงการพัฒนาาระบบขนส่งสาธารณะในการเชื่อมต่อจากสถานีรถไฟและสนามบิน (micro public transit) ไปยังกลุ่มเมืองที่ยังไม่มีการเข้าถึงจากทางเลือกการเดินทางจากสถานีขนส่งหลักดังกล่าว

จากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มขององค์ประกอบการท่องเที่ยววนั้น จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ตั้งไว้จากการดำเนินการวิจัยในเรื่อง องค์ประกอบเชิงกายภาพทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างในเมืองรองของประเทศไทย คือการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือองค์ประกอบในด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ให้เกิดความพร้อมและมีศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสร้างการกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเมืองหลักไปสู่กลุ่มจังหวัดในเมืองรอง เพื่อจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในภาพใหญ่คือปัญหาในเรื่องของความเหลื่อมล้ำ อีกทั้งการพัฒนาดังกล่าวอาจจะสามารถสร้างการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพในเชิงจิตวิทยาที่มีการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพิ่มขึ้นต่อไปได้ในอนาคต ซึ่งจะส่งผลดีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะทรัพยากรในด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน เพื่อจะสามารถบรรลุตามเป้าหมายในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นด้านการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2565

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและการวิเคราะห์ที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพในพื้นที่ที่สามารถมีศักยภาพและมีอิทธิพลในการดึงดูดและการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายและการพักค้าง จนเกิดการกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวยังกลุ่มจังหวัดเมืองรองเหล่านั้น อย่างไรก็ตามแม้ผู้วิจัยจะสามารถรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพในจังหวัดเมืองรองที่ส่งผลกระทบต่อระดับดัชนีของเมืองในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเที่ยวคุณภาพผ่านพฤติกรรมการใช้จ่ายและการพักค้างได้ พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในแต่ละบริบทของศักยภาพในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้างที่ผ่านมาและองค์ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองแล้วนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวก็อาจไม่สามารถเกิดขึ้นได้หรือมีการพัฒนาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพหากขาดสิ่งสำคัญอย่างกระบวนการทำงานทั้งจากหน่วยงานในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ดังนั้นในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดทำข้อเสนอแนะในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและการพักค้างอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง ผ่านการทำงานโดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน พร้อมทั้งได้มีการสรุปถึงข้อจำกัดและ

ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยที่คาดว่าจะเป็งานวิจัยในอนาคตที่สามารถขยายผลความรู้ความเข้าใจจากงานวิจัยฉบับนี้ต่อไป

5.3.1 ข้อเสนอด้านยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและพักค้างอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดเมืองรอง

ส่วนที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองโดยภาครัฐ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้น ภาครัฐถือได้ว่าเป็นภาคแรกที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาดังกล่าว โดยจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรองในข้างต้นจะสามารถนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนา กลุ่มจังหวัดเมืองรองให้แก่ภาครัฐได้ 3 ประเด็นสำคัญ ประกอบไปด้วย

- ภาครัฐเข้ามากำหนดแนวทางการวางผังบริเวณในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และการใช้งานในปัจจุบัน ทั้งในพื้นที่ธรรมชาติที่ต้องได้รับการสงวนรักษา พื้นที่ควบคุมเพื่อทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อม พื้นที่การเกษตรเพื่อผลิตวัตถุดิบในด้านอาหาร หรือแม้แต่พื้นที่สีเขียวเพื่อการท่องเที่ยวนันทนาการ เป็นต้น เพื่อจะสามารถวางผังขอบเขตการใช้งานที่เหมาะสมกับพื้นที่ อีกทั้งป้องกันการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่อย่างในอดีต
- ภาครัฐต้องมีนโยบายในการเกื้อหนุนผู้ประกอบการทั้งที่เป็นเอกชนและประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ที่ต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่ายตั้งแต่ผู้วัตถุดิบท้องถิ่นไปจนถึงผู้ประกอบการร้านค้าและผู้ประกอบการที่พัก สร้างเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสะท้อนที่เอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ผ่านจานอาหาร
- ภาครัฐวางแผนในการการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะยึดหลักแนวคิดการที่ผู้ใช้งานเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle : PPP) เป็นแนวคิดที่ระบุไว้ว่าให้ผู้ใช้ทรัพยากรเป็นผู้รับผิดชอบในความเสื่อมโทรมจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อนำค่าธรรมเนียมดังกล่าวมาเป็นงบประมาณในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดความเสื่อมโทรม รวมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งนำมาเป็นทุนหมุนเวียนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในการสร้างขีด

ความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน และการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองโดยภาคเอกชน

บทบาทสำคัญของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวตามนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองของภาครัฐ ซึ่งในภาคเอกชนนี้ผู้วิจัยจะสามารถระบุถึงบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองได้ 3 ประเด็น อันประกอบไปด้วย

- การเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการทำงานของภาครัฐ ทั้งในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อไปสู่การพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทั้งในร้านอาหาร ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ให้พัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน
- พัฒนาเครือข่ายธุรกิจ SME (Small and Medium Enterprises) ในจังหวัดตั้งแต่ธุรกิจในด้านการค้า การบริการไปจนถึงด้านการผลิต พัฒนาสินค้าวัตถุดิบการประกอบอาหารในท้องถิ่นต่อยอดไปสู่ระดับสากล อีกทั้งทำการรวบรวมผลกำไรจากประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่บางส่วนมาสนับสนุนนโยบายของภาครัฐ
- การจัดทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ที่ตอบสนองในเรื่องของการสร้างสมดุลทั้งประกอบธุรกิจ พร้อมกันนั้นคือการส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

ส่วนที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองโดยภาคประชาชน

บทบาทสำคัญของภาคประชาชนในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง เพื่อให้กลุ่มชุมชนในพื้นที่ได้เตรียมพร้อมและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ในการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้างของนักท่องเที่ยวตามนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองของภาครัฐ ผู้วิจัยจะสามารถระบุถึงบทบาทสำคัญของภาคประชาชนได้ 2 ประเด็น ซึ่งจะประกอบไปด้วย

- การเข้าร่วมหารือโครงการที่จะสามารถเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกับภาครัฐ

และภาคเอกชนในพื้นที่ เนื่องด้วยในการที่จะพัฒนาเครือข่ายของ ผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้ตอบสนองต่อนโยบายการสร้างเครือข่าย ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ที่พักและผู้ผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่นของภาครัฐ ได้อย่างสัมฤทธิ์ผลนั้นจำเป็นที่ภาคประชาชนต้องมีความเข้าใจและการรับรู้ กระบวนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของนโยบายดังกล่าว

- การเตรียมพร้อมรับกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะเปลี่ยนไปในอนาคต สำหรับการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งจะเป็นการท่องเที่ยวที่นิยม ในการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆร่วมกับวิถีชุมชน

5.3.2 ข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่มีการจัดทำในช่วงของการเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งถึงแม้งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นการนำชุดข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ แต่ก็พบถึง ข้อจำกัดของบางชุดข้อมูลในประเทศไทยที่ไม่ได้มีการอัปเดตข้อมูลรายปีในทุกจังหวัดและในบางครั้ง เมื่อเปิดฐานข้อมูลออนไลน์ในหน่วยงานที่มีการดูแลรับผิดชอบในการจัดเก็บข้อมูลประเด็นการ ท่องเที่ยวก็พบว่ามี การนำข้อมูลออกจากฐานระบบออนไลน์แล้ว อาทิ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสิ่ง อำนวยความสะดวก เป็นต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองผ่านฐานข้อมูลแพลตฟอร์ม Google Maps ซึ่งมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งสถานที่ใน ปี พ.ศ. 2564 จึงทำให้ชุดข้อมูลตัวแปร อิสระและตัวแปรตามในงานวิจัยฉบับนี้มีการใช้ช่วงปีที่ไม่ขนานไปในช่วงเวลาเดียวกัน

อีกทั้งชุดข้อมูลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านความสามารถในการเข้าถึงที่ถูกหยิบยก มาใช้ในการวิเคราะห์ผลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งต่อการดึงดูดการใช้จ่ายและการพักค้าง ในเมืองรองของงานวิจัยฉบับนี้นั้น ไม่พบถึงการจัดเก็บของชุดข้อมูลคุณภาพของระบบขนส่งสาธารณะ ในการเดินทาง อีกทั้งยังไม่พบถึงฐานข้อมูลที่จะสามารถนำมาเป็นตัวแปรที่กล่าวถึงระบบขนส่ง สาธารณะภายในจังหวัด จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกิด ขึ้นกับระดับดัชนีของเมืองรองในการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง ดังเช่นองค์ประกอบด้านสิ่ง ดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

5.3.3 ข้อเสนอต่องานวิจัยในอนาคต

สำหรับข้อเสนอแนะต่อผู้ที่จะนำงานวิจัยฉบับนี้ไปต่อยอดงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยแนะนำให้มีการจัดเก็บข้อมูลการวิเคราะห์เพิ่มเติมผ่านฐานข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ thailandtourismdirectory ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปลายปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจะเป็นเว็บไซต์ที่จะทำการรวบรวมข้อมูลในประเด็นการท่องเที่ยวในรูปแบบฐานข้อมูลออนไลน์ที่เผยแพร่สู่สาธารณชน อาทิ ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ที่พักที่แนะนำ เป็นต้น ซึ่งหากเว็บไซต์ดังกล่าวมีการอัปเดตฐานข้อมูลอย่างเสถียรก็คาดว่าจะสามารถเป็นทางเลือกในการเพิ่มตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการดึงดูดค่าใช้จ่ายและสัดส่วนผู้พักค้าง เพิ่มเติมจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกายภาพทั้ง 3 ด้าน ให้ผลการวิเคราะห์สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองได้อย่างเด่นชัดยิ่งขึ้น





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- Aguiló, E., Rosselló, J., & Vila, M. (2017). Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. *Tourism Management Perspectives*, 21, 10-17.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.008>
- Bantul, D. P. K. (2019). *Kajian length of stay Kabupaten Bantul 2019*.
<https://pariwisata.bantulkab.go.id/filestorage/dokumen/2019/10/Kajian>
- Collier, A. a. H., Sue. (1987). *The New Zealand Tourism Industry*. Pearson Education New Zealand.
- Deana, D. L., , S. N., & , a. A. A. N. (2020). The International and Domestic Tourists Behavior in Australia: Quality vs. Quantity Issue in Regional Tourism Development Perspective. *International Journal Of Applied Business Research*, 2, 47-58. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v0i0.80>
- Gilbert, D. (2562). การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว. Retrieved 25 มีนาคม from <https://slideplayer.in.th/slide/14473416/>
- Gisgeography. (2022). *Choropleth Maps – A Guide to Data Classification*. Retrieved 25 พฤษภาคม from <https://gisgeography.com/choropleth-maps-data-classification/>
- Libreros, M. (1998). A conceptual framework for a tourism satellite account. *Conference Report*. <https://www.oecd.org/sdd/na/2681900.pdf>
- Maulana, A. (2018). PEMETAAN PROSPEK KUNJUNGAN WISATAWAN ASAL TIONGKOK DI PASAR GLOBAL
MAPPING ON THE PROSPECT OF CHINESE TOURIST ARRIVALS TO GLOBAL MARKET.
Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 2, 117-130.
<https://pdfs.semanticscholar.org/5caa/a5aa2c741549ad311c266850d6fa223a6625.pdf>
- Maulana, A., RR Chamma Fitri Putri Pradjwalita Koesfardani, and I. Dewa Gede Richard Alan Amory. (2020). The Mapping of Quality Tourists Prospects for Indonesia's Tourism Markets. *Binus Business Review*, 11, 167-147.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/download/6373/3919>
- Milano, C., Joseph M. Cheer, and Marina Novelli. (2018). Overtourism: a growing global problem. *The conversation*, 18, 1-5. <https://theconversation.com/overtourism-a->

growing-global-problem-100029.

Parthasarathy, A., Thashneem Bhanu, and Harish Unnikrishnan. (2020). Destinalional Sustainability Analysis Through Netnography : Review on Hampi's Attraction, Accessibility and Amenities. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3678468>

Plaituka, C. W., Protasius Tiberius Jehane, and Veronika ASM Flora. (2022). Identification of the Tourism Potential Based on Attractions, Amenities and Accessibility in South of Amfoang District, East Nusa Tenggara. *International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021*, 947-951. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.220301.157>

Rahmiati, F., and Andrian Winata. (2020). DESTINATION MARKETING TO IMPROVE DOMESTIC TOURISTS'RETURN INTENTION. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 2, 86-94.

Rizal, A. (2021). Implementation of Tourism Development Policies in Garut District, West Java Province, Indonesia. *The Institute of Biopaleogeography named under Charles R. Darwin*, 5, 1-40. http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-7678c1fa-5233-40ec-b6ab-47e2df6a352d/c/IBPG_5__2021__1-40.pdf

Wang, L., et al. (2018). Length of stay: Its determinants and outcomes. *Journal of Travel Research*, 57(4), 472-482.

Wibawa, B., et al. (2020). Marine tourism infrastructure and human resources development. *In Journal of Physics: Conference Series*, 1625(1). <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1625/1/012068/pdf>

กฤษฎา กาญจนาลัย. (2561). แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร เอกสารวิจัยส่วนบุคคล. http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8340st/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ประเภท. Retrieved 25 มีนาคม from <https://tourismawards.tourismthailand.org/file/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B8%A>

- 5%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7.pdf
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2542.
<http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T14751.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). ประเภทการท่องเที่ยว. Retrieved 20 เมษายน from
http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). สรุปรูปแบบปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.).
<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER073/GENERAL/DATA0000/00000064.PDF>
- ยงยุทธ แก้วอุดม. (2563). ม.หอการค้าฯ ชี้ทางรอดเที่ยวไทย โฟกัสนักท่องเที่ยวคุณภาพ-เพิ่มรายได้. Retrieved 18 มีนาคม from <https://www.prachachat.net/tourism/news-834718>
- อินทัช ริเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี. (2558). โครงการศึกษาลาดนันทนาการท่องเที่ยวศึกษายภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <https://elibrary.tceb.or.th/en/Publication/5754>
- ประเสริฐ ปอนถิ่น และณรงค์ศักดิ์ จันทร์นวล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของวิทยาเขต สังกัดมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. วารสารวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยออลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(3). <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/vrurdihsjournal/article/view/73525>
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (โรงพิมพ์ โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ณัฐนิช ชัยดี. (2564). ใครๆ ก็เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพได้: รู้จัก *Responsible Tourism* เที่ยวไทยอย่างรับผิดชอบ. Retrieved 4 มิถุนายน from <https://thematter.co/brandedcontent/responsible-tourism/156064>
- สันติ ชูตินธรา. (2560). การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวหลัก...อย่าให้ใหญ่เกินตัว (Tourism: Super Size ME).
 จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (*TAT Review*), 3(3). (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)
- ณัฐมน ราชรักษ์ และ อธิณัฐย์ ตำนภัทรวรรณ. (2561). การใช้อัตลักษณ์เพื่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. สุราษฎร์ธานี.
<http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12814>
- ปรียพรรณ มูลประเสริฐ และภูษณิศดา เตชเถกิง. (2556). ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว: ดอยปู่หมื่น อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้].
<https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=ODg3ODU=>

- คำเกิง โถทอง และคณะ. (2550). เส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในประเทศไทยกัมพูชาลาว. รายงานวิจัย. ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี. (2560). *JJNY* : เที่ยวไทยดีกับดีดี...ชี้จุดสูญ ไทยเที่ยวไทย ฝรั่งเที่ยวไทย ใครได้ประโยชน์? Retrieved 25 มีนาคม from <https://pantip.com/topic/37165987>
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2561). ททท.อัดแคมเปญบูมเมืองรอง ตั้งเป้ากระจายรายได้ 3.5 แสนล้านสู่ชุมชน. 7 มกราคม. Retrieved 25 มีนาคม from <https://www.prachachat.net/tourism/news-97351>
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2563). หวันท่องเที่ยวโลกทรุดยาว *WTO* เร่งทั่วโลกรีสตาร์ท. Retrieved 16 มีนาคม from <https://www.prachachat.net/tourism/news-489984>
- ธุรกิจท่องเที่ยว. (2565). ททท. เปิดแผนเชิงรุกท่องเที่ยวไทยต้นรายได้รวม 1.28 ล้านล้านบาท. Retrieved 28 พฤษภาคม from <https://www.prachachat.net/tourism/news-863955>
- ณัฐฤทธิ นิธิประภา. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ *MSME* สาขาธุรกิจท่องเที่ยว ปี 2564 และแนวโน้มปี 2565. Retrieved 30 พฤษภาคม from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-
- จารุวรรณ พิลลา. (2563). การเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีศักยภาพสูง. วิทยานิพนธ์การจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ. (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- ชูชาติ เพ็ชรอำไพ. (2551). บทบาทภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น].
- มติชน ออนไลน์. (2561). ผู้นำททท.ชู3ปีกโปรเจกต์ต้นรายได้พุ่งปี'62 เพิ่มจุดขาย55เมืองรองต่อยอด5 *More Local*. Retrieved 25 พฤษภาคม from https://www.matichon.co.th/publicize/news_1145112
- แบรนด เมทริกซ์ รีเสิร์ช. (2561). โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:137612
- แบรนด เมทริกซ์ รีเสิร์ช. (2556). การศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. https://issuu.com/etatjournal/docs/asean_market
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล. (2562). ความท้าทายการท่องเที่ยวไทย ปัญหานักท่องเที่ยวล้น. Retrieved 20 พฤษภาคม from <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/123038>
- วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
- วรายุทธ นรินนอก และณัฐภูมิ ศรีสุวรรณ. (2561). การตั้งงบประมาณค่าก่อสร้างคอนโดมิเนียมโดยวิธีอนุมาณพัชชีและวิธีถดถอยพหุคูณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. <http://dSPACE.spu.ac.th/bitstream/123456789/6736/1/CEG491-21-05-2019-%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B8%9A%E0%B8%>

84%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%9F%E0%B8%B1%E0%B8%8B%E0%B8%8B%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%96%E0%B8%94%E0%B8%96%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%AB%E0%B8%B8%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B8%93%20rev2.pdf

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ. (2564). *tbb analytics* ประเมินผลกระทบโควิด ภาคการท่องเที่ยวช่วงที่ผ่านมา.

Retrieved 13 มีนาคม from <https://www.tbbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-after-unlocking>

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย. Retrieved 21 พฤษภาคม from https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/final%20report_63.pdf

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). ความหมายของการท่องเที่ยว. Retrieved 25 เมษายน from <https://tourismatbuu.wordpress.com>.

สำนักนวัตกรรมการท่องเที่ยว. (2020). เทรนด์ “การท่องเที่ยว” 2021 เมื่อ COVID-19 ยังอยู่กับเรา. Retrieved 20 พฤษภาคม from <https://www.nia.or.th/Travel2021>

พลอยจันทร์ สุขคง. (2561). หรือเราควรหยุดเที่ยว? ไขปัญหาภาวะ ‘นักท่องเที่ยวล้นเมือง’ ทั่วทุกมุมโลก. Retrieved 4 มิถุนายน from <https://thestandard.co/overtourism>

ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2565). 2565 ปีพลิกโฉมเที่ยวไทยก้าวสู่ท่องเที่ยวคุณภาพ-ยั่งยืน. Retrieved 18 มีนาคม from <https://www.prachachat.net/tourism/news-834718>

ณิชภัทร สุวัฒน์นนท์. (2561). การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัวจริง? Retrieved 4 มิถุนายน from

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_29Oct2019.pdf

องค์การท่องเที่ยวโลก. (2558). ความหมายการท่องเที่ยว. Retrieved 25 เมษายน from <https://tourismatbuu.wordpress.com>



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พิมพ์วิภา ตราชูวณิช
วัน เดือน ปี เกิด	2 เมษายน พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2557 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จากโรงเรียนพรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ. 2562 สำเร็จการศึกษา การวางผังเมืองบัณฑิต สาขาวิชา สถาปัตยกรรมผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	515/32 ซ.สปีทมา ถ.เพชรเกษม ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY