

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

โดย

นางสาวกมลรัตน์	ณ นคร	รหัสสถิติ 57166010124
นางสาวกัญญาภัค	พูลศรี	รหัสสถิติ 57166010035
นางสาวณัฐนิชา	ศรียี่สุน	รหัสสถิติ 57166010043
นางสาวธัญสุดา	ปาณะดิษ	รหัสสถิติ 57166010155
นางสาววรรณฉาย	สว่างวงศ์	รหัสสถิติ 57166010121
นายศุภกร	ชุมพล	รหัสสถิติ 57166010122
นายสันต์ภาพ	รัชวัตร	รหัสสถิติ 57166010123

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงขอบ

รายงานการวิจัยฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท/เดือน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ครั้งขึ้นไป มีจุดหมายทางการท่องเที่ยวมายังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ปัญหา และอุปสรรคในการเดินทาง คือ มีความไม่สะดวกสบายในการเข้าถึง พักที่พักระดับปานกลาง นิยมทำกิจกรรม คือ การช้อปปิ้ง และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เดือนตุลาคม-ธันวาคม

2. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.68) และด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.80) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.94) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.74) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84) และด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.96)

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Abstract

The objectives of this research were; to study the potentiality of Bangkok Metropolis for incentive tourist capacity, to study the incentive tourism model in Bangkok to serve the demand of Thai Incentive tourists and to develop a potentiality guideline of Bangkok's attractions for supporting incentive tourists. The samples were 400 Thai Incentive tourists. The questionnaire was used as a tool and data were analyzed statistically in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation.

1. The majority of respondents were female whose age between 20 - 30 years old. They were company employee who graduated bachelor's degree with their income between 10,001-20,000 baht per month. They were traveled to Bangkok more than 5 times, their main destination was the temple of the Emerald Buddha. The obstacles during their travel was the accessibility to the attractions. Type of accommodation was moderate class, popular activity was shopping, and suitable time to travel in Bangkok were October until December.

2. Opinions of respondents about tourism elements were analyzed statistically in terms of mean and standard deviation as following; Attraction ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54), Accommodation, ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65), Activity ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98), Amenity ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.68), Accessibility ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.80). The factors of tourism potential could be improve were Activity ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87), Accessibility ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.94), Attraction ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.74), Amenity ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84), and Accommodation ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.96)

Keywords: Incentive travel. The potential of attraction. Incentive tourist.

ประกาศคุณูปการ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ ที่ปรึกษารายงานวิจัย ซึ่งได้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำในการศึกษาวิจัยทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย อาจารย์ ดร.กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ธัญติมา อังกรวัชรพันธุ์ และอาจารย์อัญชัญ ตัณฑเทศ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และกรุณาให้คำปรึกษาช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณจักรพงษ์ นามโพธิ์ ผู้จัดการการตลาด บริษัทเพลินทัวร์ คุณณัฐวุฒิ คงศรี ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Easy Tours คุณเถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์ ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานวิจัยและพัฒนาฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

ขอขอบคุณ ความร่วมมือของนิสิต สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจในการทำงาน และให้ความช่วยเหลือในการทำงานตลอดมาของรายกายวิจัยฉบับนี้

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.....	8
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	19
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	23
	สภาพแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร.....	24
	เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3	วิธีดำเนินการวิจัย	37
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	40
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	42
	ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและ ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.....	52
	ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	66
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
	สรุปผลการศึกษา.....	71
	อภิปรายผลการวิจัย.....	77
	ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย.....	87
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	90
	บรรณานุกรม.....	91
	ภาคผนวก.....	95
	ภาคผนวก ก.....	96
	ภาคผนวก ข.....	98
	ภาคผนวก ค.....	100
	ภาคผนวก ง.....	107
	ภาคผนวก จ.....	113
	ภาคผนวก ฉ.....	116
	ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	119

สารบัญญัตราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	42
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	43
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	43
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษา.....	44
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	44
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	45
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง มายังกรุงเทพมหานคร.....	46
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายทางการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครในครั้งนี.....	47
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและอุปสรรค ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	48
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่พัก.....	49
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่เข้าร่วม.....	50
12	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	51
13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน.....	52
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ด้านแหล่งท่องเที่ยว.....	53
15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ด้านความสามารถในการเข้าถึง.....	54
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	55

17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ด้านที่พัก.....	56
----	--	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ด้านกิจกรรม.....	57
19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน	58
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว.....	59
21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง.....	60
22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	61
23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก.....	62
24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม.....	63
25	จำนวนและร้อยละของผู้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการ พัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.....	64

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	เส้นทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.....	89

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) ซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ หรือเรียกชื่อในภาษาอังกฤษว่า MICE ซึ่งย่อมาจากคำว่า Meeting, Incentive, Convention และ Exhibition โดยการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมาก การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และการปฏิบัติงานโดยผู้ที่ได้ร่วมเดินทางไปกับการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับคัดเลือกจากเกณฑ์ที่ถูกตั้งขึ้นจากพนักงานที่มีความสามารถ และมีผลงานดีเด่นหรือประสบความสำเร็จจากการทำงานทำให้พนักงานเหมาะสมแก่การได้รับรางวัล ทั้งนี้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีความพิเศษเหนือกว่าการจัดนำเที่ยวแบบธรรมดาทั้งเรื่องอาหารการกิน ที่พัก รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพิเศษ และจัดขึ้นเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างความรู้สึกแตกต่างที่น่าประทับใจส่งผลต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในองค์กรซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ได้วางไว้ และยังเป็นการท่องเที่ยวที่ไปเข้าร่วมประชุม สัมมนาเพื่อกระตุ้น สร้างแรงบันดาลใจ หรือไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ

สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี และที่พักร้านอาหารไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้หลากหลายมีการจัดออกแบบงานที่มีให้เลือกหลากหลายเพื่อเพิ่มสีสันให้รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น กอล์ฟ สปา กิจกรรมสร้างความเป็นทีม ตลอดจนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) การประชุมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสภาพภูมิอากาศ ที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการขายตัวทางเศรษฐกิจ และสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

นอกจากนี้รัฐบาลได้มีนโยบายการผลักดันเมืองที่มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจขึ้นเป็น MICE City หรือ นครแห่งไมซ์ จำนวน 5 เมือง อันประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) ซึ่ง 1 ใน 5 เมืองนั้น คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย เป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรือง สะดวกสบาย มีศูนย์ประชุมที่ทันสมัย มีพื้นที่กว้างขวางสามารถรองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภคที่ครอบคลุมทั่วกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงด้วยธุรกิจรับจัดงานมืออาชีพที่มีอุปกรณ์ในการจัดงานที่ทันสมัยไม่แพ้เมืองอื่นใดในโลก อีกทั้งยังมีโรงแรมที่พัก สะดวกสบาย ซึ่งพร้อมรองรับผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากที่สำคัญกรุงเทพมหานครยังเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ กิจกรรมที่สร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเป็นแหล่งสวรรค์แห่งการจับจ่ายซื้อสินค้าอีกด้วย

โดยข้อมูลสถิติจากโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (2557) ระบุว่านักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยในปี พ.ศ.2557 จำนวน 5,309 ครั้ง มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 711,767 คน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคกลาง 283,905 คน ภาคเหนือ 258,936 คน ภาคตะวันออก 119,933 คน ภาคใต้ 17,659 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 15,820 คน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 15,514 คน จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางท่องเที่ยวไปภาคกลางมากที่สุด และมีนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางมาท่องเที่ยวไปกรุงเทพมหานครและปริมณฑลน้อยที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีระบบการคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีความน่าสนใจ มีสถานที่พักผ่อนหลายรูปแบบที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแต่เป็นจุดหมายปลายทางอันดับสุดท้ายที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางมาท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด จึงมีความสนใจจะศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวก็เป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครว่าจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลหรือไม่

ในการทำวิจัยผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ การเติบโตของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าจะมีนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่สุด อีกทั้งกรุงเทพมหานครยังเป็น

เมืองหลวงที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และมีแหล่งจับจ่ายใช้สอยมากมายมีสถาบันบันเทิงยามค่ำคิน รวมถึงกิจกรรมสถานที่ต่างๆ ให้เลือกพักผ่อน และทำกิจกรรมตามความสนใจทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่ครองใจนักท่องเที่ยวทั่วโลกแต่ถึงอย่างนั้นในไม่กี่ปีที่ผ่านมาเมื่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลลดน้อยลงเนื่องจากนอกจากกรุงเทพมหานครแล้วยังมีจุดหมายปลายทางอื่นที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นภาคกลาง และภาคเหนือ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นำมาซึ่งรายได้ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- 1.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเริ่มจาก

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ในแหล่งท่องเที่ยว 10 แห่งหลังจากนั้นถึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ สะดวกสบาย

1.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็น ความต้องการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านอุปสงค์ คือ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย และด้านอุปทาน คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีขอบเขตดังต่อไปนี้

2.1 ด้านอุปสงค์ (Demand) เป็นการศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร ในแต่ละด้านของศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย

2.2 ด้านอุปทาน (Supply) เป็นการศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยทำการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การทำวิจัยครั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลได้กำหนดเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็น 1 ใน 5 เมืองนครแห่งใหม่ที่มีจุดแข็งในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีศักยภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คณะผู้วิจัยได้เลือกสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล จาก 10 อันดับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในกรุงเทพมหานคร (ไปไหนดี ไกด์, 2558)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ศักยภาพในการรองรับ หมายถึง ความสามารถ และความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง ที่พัก ร้านอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง พนักงาน หรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัท หรือองค์กรวางไว้ โดยบริษัทหรือองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด จำแนกได้

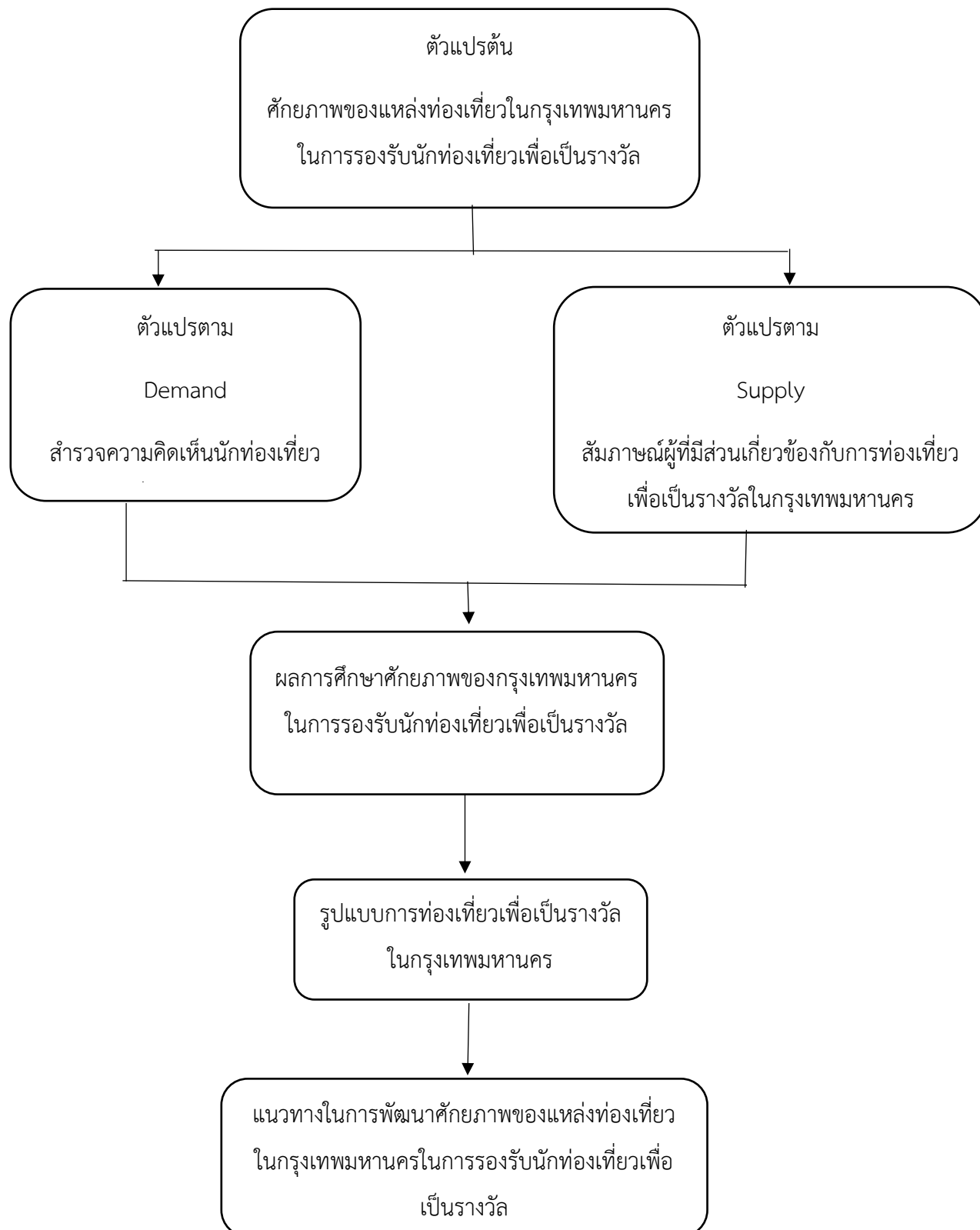
2 ลักษณะ คือ

2.1 ประเภทบุคคล นักท่องเที่ยวที่มีสิทธิเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้แต่ส่วนใหญ่กำหนดให้เป็นการท่องเที่ยวในประเทศ

2.2 ประเภทกลุ่ม ซึ่งจัดนำเที่ยวแก่พนักงานเป็นกลุ่ม และเป็นที่นิยมโดยทั่วไป เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าประเภทบุคคล โดยเป็นการให้บริการแก่คนกลุ่มใหญ่

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การให้รางวัล เพื่อตอบแทนความสำเร็จจากการทำงาน ซึ่งโดยทั่วไปบริษัท หรือหน่วยงานเอกชนจะจ่ายให้กับพนักงานที่ประสบความสำเร็จในการขาย/ปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว พักผ่อนในประเทศ หรือต่างประเทศ บางกรณีการเดินทางประเภทนี้อาจรวมถึงการให้รางวัลเดินทางไปเข้าร่วมประชุม สัมมนาเพื่อกระตุ้น สร้างแรงบันดาลใจ นำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ หรือการฝึกอบรมเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิด และวิธีการในการดำเนินงานวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.2 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.4 รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.5 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.6 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
 - 1.7 ปัจจัยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของศักยภาพ
 - 2.2 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
4. สภาพแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร
 - 4.1 ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิประเทศของกรุงเทพมหานคร
 - 4.2 การคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานคร
 - 4.3 แนวโน้มของกรุงเทพมหานครในอนาคต
5. เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นรูปแบบของการให้รางวัลลักษณะหนึ่งที่ถูกพัฒนามาจากการให้รางวัลในอดีต สมัยก่อนการให้รางวัลเพื่อกระตุ้นให้คนมีกำลังทำงานเริ่มจากการให้รางวัล การมอบสิ่งของการประกาศเกียรติคุณ ต่อมา มีการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยว เนื่องจากการได้รับรางวัลในรูปแบบการท่องเที่ยวผู้ที่ได้รับรางวัลได้มีโอกาสไปร่วมกิจกรรมกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในสายอาชีพเดียวกันเป็นกลุ่มใหญ่ได้มีโอกาสพบปะกับผู้บริหารของบริษัท หรือมีโอกาสพาผู้ติดตามร่วมเดินทางไปเที่ยวในรายการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นอย่างพิเศษสุดสำหรับผู้ได้รับรางวัล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ เครื่องมือการจูงใจที่ทันสมัยของการจัดการ เพื่อเร้าใจให้รางวัลตอบแทนแก่พนักงาน คนงาน ฝ่ายผลิต ผู้ขาย ผู้จัดการจำหน่าย และผู้สนับสนุน โดยบริษัทจ่ายทั้งหมด หรือบางส่วนเช่นเดียวกับโบนัสหรือรางวัลไปท่องเที่ยวอย่างมีความสุขเต็มที่ให้แก่พนักงานที่มีคุณภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหรือบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนับเป็นรางวัลที่ไม่ใช่ตัวเงิน เนื่องจากได้ทำงานตามเป้าหมาย มักให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศหรือตามที่ได้ผู้ได้รับรางวัลต้องการ (สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล, 2559 อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การให้รางวัลหรือการตอบแทนเป็นรางวัลสำหรับความสำเร็จหรือผลงานซึ่งโดยทั่วไปบริษัท หรือหน่วยงานเอกชนจะจ่ายให้พนักงานที่ประสบความสำเร็จในการขาย ปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในประเทศหรือต่างประเทศ บางกรณีการเดินทางประเภทนี้อาจรวมถึง การให้รางวัลเดินทางเพื่อไปเข้าร่วมประชุม สัมมนาเพื่อกระตุ้นหรือสร้างแรงบันดาลใจ หรือไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่หรือการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ (ราณี อธิชัยกุล, 2548)

นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า เป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อันก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และการปฏิบัติงานในบริษัทและองค์กร การสร้างยอดขาย และสร้างความจงรักภักดี (Thondra J. Montgomery and Sandra K. Strick, 1995 อ้างถึงใน ชมพูนุช จิตติถาวร, 2555)

จากความหมายต่างๆ ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง สิ่งที่จูงใจ และกระตุ้นให้พนักงานสร้างผลงานที่ดีให้กับองค์กร โดยที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ เมื่อองค์กร

ประสบความสำเร็จจึงตอบแทนพนักงานด้วยการให้รางวัลในรูปแบบของการท่องเที่ยว โดยองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมด นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นจะมีกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้พนักงานเกิดความรักองค์กร และความรักใคร่สามัคคีของบุคลากรภายในองค์กรเดียวกัน

1.2 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (รชพร จันทรสว่าง, 2546) ว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างเป็นทางการเป็นรูปแบบได้ถูกจัดขึ้นครั้งแรกโดย NCR Corporation ในช่วงปี ค.ศ.1900 โดยร่วมกับโรงแรมพลาซ่า ในกรุงนิวยอร์ก เสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ในนิวยอร์ก (Weekend in New York) เป็นโปรแกรมที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานระดับสูงของบริษัท ขณะเดียวกันได้กล่าวถึงอีกซีกโลกหนึ่งในเวลาถัดมาว่า โจเซฟ สตาลิน ผู้นำคอมมิวนิสต์ของประเทศรัสเซียได้มีการสร้างสรรค์กิจกรรมจูงใจรูปแบบใหม่ขึ้น โดยผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายจะถูกเสนอให้มีสิทธิไปพักผ่อนที่ทะเลดำซึ่งเป็นสถานที่ตากอากาศสำหรับชนชั้นผู้นำของประเทศรัสเซีย ประมาณ ค.ศ.1950 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลถูกเสนอโดยบริษัทไม่กี่แห่งในภูมิภาคอเมริกาเหนือ พัฒนาการของการเดินทางโดยรถไฟส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สามารถขนส่งนักท่องเที่ยวได้ทีละจำนวนมาก แต่โปรแกรมการท่องเที่ยวทั้งหมดยังคงเป็นกิจกรรมภายในประเทศทั้งสิ้น

การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเริ่มต้นในช่วงต้นทศวรรษหลัง ค.ศ.1960 ทั้งกิจกรรมภายใน และต่างประเทศ สาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการขนส่งทางอากาศโดยเฉพาะเครื่องบินไอพ่นเริ่มมีการเปิดตัวขึ้น ทำให้การเดินทางจากสหรัฐอเมริกาไปยังภูมิภาคยุโรปไม่รู้สึกห่างไกลอย่างที่เคยเป็น ไม่ต้องใช้เวลานานในการเดินทาง และสามารถใช้เวลาในจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น โดยมีการลดราคาลงในระดับที่ยอมรับได้งบประมาณทั้งหมดสำหรับการเดินทางระยะไกล ลดจากร้อยละ 50 เหลือเพียงร้อยละ 30 และประกอบกับช่วงที่เศรษฐกิจกำลังเจริญเติบโต ทุกคนมุ่งที่จะใช้จ่าย งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ขณะนั้นถือว่าเป็นยุคทองของการจัดนำเที่ยวประเภทนี้

ใน ค.ศ.1965 Robert Guerriero จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยนำผู้ที่ได้รับรางวัลจำนวน 463 คน ขึ้นเครื่อง DC - 7 มีการเปิดบริการสายการบินข้ามประเทศจากอเมริกาไปยังโรม รายการท่องเที่ยวนี้มีการจัดเลี้ยงโดยใช้แนวเรื่องตามสถานที่ตามจุดหมายปลายทางชื่อ The First Roman Toga Theme Party และเมื่อการบริการกิจกรรมจูงใจพนักงานนี้ได้รับความสนใจจากองค์กรธุรกิจ สมาคมวิชาชีพที่

เน้นการรวมกลุ่มของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงเกิดขึ้น โดยในปี ค.ศ.1973 ได้มีการจัดตั้ง Society of Incentive & Travel Executives ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และมีสาขาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมสูงสุดทั้งในด้านขนาด กิจกรรม และงบประมาณ ในช่วงปลาย ค.ศ.1980 ทั้งที่เศรษฐกิจมีการขยายตัวที่ซบเซา และในปี ค.ศ.1990 การเติบโตของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเริ่มคงที่ เนื่องจากการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่เชื่องช้า อย่างไรก็ตามช่วง ค.ศ.1994 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการเติบโตขึ้นอีกครั้งโดยดูจากจำนวนของการจัดโปรแกรม ความหลากหลายของจุดมุ่งหมาย และงบประมาณ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการเจริญเติบโตอย่างมาก เพราะมีการแข่งขันมากขึ้น ทำให้การจูงใจเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการขยายตัวตั้งแต่ปี ค.ศ.1900 โดยได้มีการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขึ้นเป็นครั้งแรก และหลังจากนั้นได้มีการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขึ้นเรื่อยๆ แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามเศรษฐกิจ สถานการณ์ หรือ ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสาเหตุเหล่านี้มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลควรให้ความสำคัญกับเหตุการณ์ต่างๆ และระมัดระวังในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวน้อยที่สุด ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการเจริญเติบโตมากขึ้น และมีการแข่งขันกันมากขึ้น

1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการ (ปภาวดี ประจักษ์ศุภานิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา, 2546) ได้แก่

1.3.1 เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารโดยองค์กรใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้สามารถบริหารองค์กรได้อย่างราบรื่น และประสบความสำเร็จตามที่เป้าหมายกำหนด

1.3.2 เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวขึ้นเลิศโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นโปรแกรมที่คัดสรรแล้วว่าประกอบด้วยรายการระดับเลิศกว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะที่สำคัญ คือ เป็นโปรแกรมที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากตลาดการท่องเที่ยวทั่วไป

1.3.3 เพื่อเป็นกลไกในการจูงใจหรือแสดงความชื่นชมบุคลากร วัตถุประสงค์ของเครื่องมือชนิดนี้ คือการจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมตามที่ต้องการ หรือเพื่อแสดงความยอมรับในความสำเร็จหรือแสดงความชื่นชมในความสามารถของบุคลากรทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า

1.3.4 เพื่อเป็นการปฏิบัติงานที่มีผลงานสูงขึ้น หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับผลงานของบุคลากร โดยการท่องเที่ยวเป็นผลลัพธ์ที่บุคลากรได้รับจากการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น หรือเพิ่มขึ้นจากการประเมินผลขององค์กร

1.4 รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

1.4.1 รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559) โดยทั่วไป การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ

(1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีรายการนำเที่ยวเฉพาะรายการเพื่อการพักผ่อน ความสนุกสนานเพลิดเพลินในการเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น ฉะนั้นบุคลากรที่ได้รับรางวัลนี้จะได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ด้วยรายการพิเศษรูปแบบต่างๆ โดยไม่มีการประชุมเชิงธุรกิจ หรือไม่มีประเด็นเกี่ยวกับงานเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เน้นความหรูหราความพิเศษรวมถึงการให้บุคลากรรู้สึกถึงความเป็นคนสำคัญ จุดมุ่งใจหลัก คือ จุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว ซึ่งควรเป็นสถานที่ที่ดึงดูดใจบุคลากร

(2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคลากรได้พักผ่อน และได้รับประโยชน์เชิงธุรกิจไปพร้อมกัน โดยจะมีรายการการประชุมเชิงธุรกิจ แทรกระหว่างการท่องเที่ยว อาจจะเป็นการประชุมแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเทคนิคการทำงานใหม่ๆ ภายในองค์กร แต่อย่างไรก็ตามรายการที่จัดให้ยังคงเน้นความเพลิดเพลินมากกว่างาน หรือธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการพักผ่อนในสัดส่วนที่มากกว่ารายการด้านธุรกิจ สิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางการเดินทาง

1.4.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559) โดยทั่วไป ประเภทขององค์กรต่างๆ ที่นิยมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความหลากหลาย และมีลักษณะการกำหนดเงื่อนไขของการได้รับรางวัลที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแยกจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ 3 ประเภทย่อย

(1) การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามลักษณะความสัมพันธ์กับองค์กร สามารถแบ่งออกเป็นอีก 2 ประเภทย่อย คือ

(1.1) ผู้ที่ได้รับรางวัลที่เป็นพนักงานภายในองค์กร เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานขององค์กร เช่น พนักงานขาย พนักงานฝ่ายผลิต ผู้จัดการหรือผู้บริหารองค์กร

(1.2) ผู้ที่ได้รับรางวัลเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น ตัวแทนจำหน่าย

(2) การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามลักษณะผู้ได้รับรางวัล สามารถแบ่งออกเป็นอีก 2 ประเภทย่อย คือ

(2.1) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นกลุ่ม เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มากขึ้นเป็นกลุ่ม

(2.2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นรายบุคคล เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มากขึ้นเป็นรายบุคคล

(3) การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามระยะทางการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นอีก 2 ประเภทย่อย คือ

(3.1) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระยะใกล้ เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในภูมิภาค หรือทวีปเดียวกัน โดยนำนักท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลไปเที่ยวภายในประเทศ หรือต่างประเทศที่มีอาณาเขตใกล้เคียงกัน ซึ่งอยู่ในทวีปเดียวกัน

(3.2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระยะไกล เป็นการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางระหว่างทวีป โดยนำนักท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลไปเที่ยวระหว่างประเทศที่มีระยะไกลๆ หรือเป็นการนำนักท่องเที่ยวเดินทางข้ามทวีป

1.5 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (รชพร จันทรสว่าง, 2546) แบ่งได้ดังนี้

1.5.1 เพื่อเพิ่มยอดขาย องค์กรมีวัตถุประสงค์ในการหารายได้ และการทำกำไร การสร้างความรับรู้ในวัตถุประสงค์ดังกล่าวแก่พนักงาน จะเป็นการส่งเสริมให้พนักงานทำงานหนักขึ้นเพื่อผลกำไรดังกล่าว เพราะพนักงานตระหนักดีว่า เมื่อองค์กรได้ผลตอบแทนตามวัตถุประสงค์แล้ว ผลตอบแทนดังกล่าวย่อมกระจายไปสู่พนักงานเช่นกัน เช่น การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

1.5.2 เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ การจูงใจพนักงานในการกระตุ้นให้พนักงานรับทราบถึงผลผลิตใหม่ของบริษัท และสื่อสารรายละเอียดผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ องค์กรสามารถจูงใจพนักงานให้แนะนำสินค้าใหม่ด้วยการจัดกิจกรรมจูงใจเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์นี้ใหม่ได้

1.5.3 เพื่อเพิ่มการบริการแก่ลูกค้า การจูงใจให้พนักงานที่ให้บริการโดยตรงแก่ลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการนำกิจกรรมจูงใจมาใช้กับพนักงาน เนื่องจากฝ่ายนี้เสนอภาพพจน์ที่ไม่ดี ภาพพจน์ของบริษัทที่ลูกค้าจะจำได้ย่อมไม่ดีนัก การจูงใจพนักงานฝ่ายปฏิบัตินี้จึงเป็นเรื่องสำคัญต่อภาพพจน์ขององค์กร

1.5.4 เพื่อเพิ่มผลิตภาพการทำงาน พนักงานที่มีความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน และองค์กรสามารถส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และผลของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดแนวโน้มของผลผลิตต่อครั้งที่ดีขึ้นและองค์กรประสบความสำเร็จตามมา

1.5.5 เพื่อเพิ่มภาวะการแข่งขัน เมื่อองค์กรมีเป้าหมายในการสร้างการรับ และให้รางวัลการปฏิบัติงานแก่ผู้ที่สามารถทำงานบรรลุวัตถุประสงค์หลักขององค์กร องค์กรนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ มีสถานะจิตใจในการแข่งขัน และก่อให้เกิดการมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.5.6 เพื่อลดค่าใช้จ่าย การจูงใจให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการทำงาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพราะพนักงานจะทำงานด้วยความระมัดระวังทำให้ลดอุบัติเหตุ รวมถึงการลดรอบเวลาทำงาน เป็นการลดค่าใช้จ่ายขององค์กรวิธีหนึ่ง

1.5.7 เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงาน การส่งเสริมให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน เป็นวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่งขององค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีและมีกำลังใจในการทำงาน

1.5.8 เพื่อลดการหยุดงาน การจูงใจเป็นกลยุทธ์วิธีหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภาพตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้การหยุดงานของพนักงานลดลง

1.5.9 เพื่อลดการเปลี่ยนงาน การจูงใจพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรต่อไป เช่น การให้รางวัลการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญทำให้พนักงานเกิดความพอใจต่อผลตอบแทนดังกล่าว ส่งผลให้พนักงานมีความสุข และมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร การเปลี่ยนงานย่อมเกิดขึ้นน้อยลง

1.6 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญดังนี้

(ปภาวดี ประจักษ์คุณนิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา, 2546)

1.6.1 การท่องเที่ยวที่เน้นเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด เป็นการมอบรางวัลที่มีความเหมาะสมคุ้มค่าแก่ผู้ที่มีความสามารถตามระดับโดยจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุดตามที่องค์กรหาได้ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ที่พัก การเดินทาง และการต้อนรับ รวมทั้งรายการเชิงวิชาการ หรือเสริมความรู้ทางธุรกิจในรูปแบบต่างๆ

1.6.2 การท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างความประทับใจ รายการตามโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเน้นการสร้างความประทับใจในทุกกิจกรรม เนื่องจากความประทับใจจะนำไปสู่ความทรงจำ ความรู้สึกที่ดี และความผูกพันกับองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ และบำรุงรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ

1.6.3 การท่องเที่ยวที่ให้สิทธิในการนำผู้ติดตามไปด้วยได้ เช่น คู่สมรส และลูก โปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นมีการมอบสิทธิภาพ และสิทธิในการนำผู้ติดตามไปด้วยนั้น ทำให้พนักงานเกิดความพอใจสูงสุด โดยจะได้รับการดูแลที่เท่าเทียมกันกับพนักงาน

1.6.4 การท่องเที่ยวที่องค์กรรับภาระค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยไม่ต้องใช้จ่ายเงินส่วนตัว โดยจะมีองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดตลอดช่วงการเดินทางที่กำหนดโดยบางหน่วยงานอาจมีการจ่ายเงินให้ผู้เดินทางใช้จ่ายส่วนตัวตามความพึงพอใจ (Pocket money) ด้วย หรืออาจจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่เพิ่มให้ เช่น ค่าเครื่องดื่ม หรือค่าอาหารนอกเหนือรายการ

1.6.5 การท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางเป็นผู้ที่ผ่านการคัดสรรในเชิงธุรกิจแล้วผู้ที่มีสิทธิในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ ผู้ที่มีความสามารถโดยประเมินจากผลจากตามระดับที่องค์กรกำหนดโดยผ่านการพิจารณา และคัดสรรตามเกณฑ์ที่ได้มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า

โดยภาพรวมนั้นสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น คือ การที่บริษัท หรือองค์กรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางนั้นได้รับความเหมาะสม และความพึงพอใจโดยจะเป็นการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวในด้านของความสะดวกสบาย เช่น การให้เป็นที่พักอาหารที่ดีที่สุด มีการให้ผลประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวโดยการตอบสนองความสามารถ โดยผ่านการคัดสรรพิจารณาตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และเป็นการตอบสนองการที่นักท่องเที่ยวสามารถมีสิทธินำผู้ติดตามไปด้วย โดยผู้มีองค์กร หรือบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

1.7 ปัจจัยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น เพื่อผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งอาจจะเป็นผลสำเร็จเฉพาะตัวบุคคล หรือเฉพาะกลุ่ม มีการอำนวยความสะดวกและบริการตลอดระยะเวลาที่ถูกจัดขึ้นนักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการอย่างดีเยี่ยม เพื่อให้เกิดความสุข สนุกสนาน และความประทับใจ การที่จะจัดกิจกรรมพิเศษนี้ให้สำเร็จด้วยดี ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบจัดกิจกรรมต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการที่หลากหลาย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญ 4 ด้านที่จะกล่าว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง โรงแรมที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และแหล่งท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (รชพร จันทร์สว่าง, 2546)

1.7.1 ปัจจัยสนับสนุนด้านการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่สำคัญ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ผู้ที่ได้รับรางวัลต้องเดินทางไปต่างๆ ที่ผู้จัดกำหนดไว้ หรือไปในที่ที่ผู้เดินทางเลือกเอง นอกจากนี้ตัวพาหนะขนส่งอาจจะเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่น การเดินทางโดยเรือสำราญ ซึ่งเป็นพาหนะในการขนส่งนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันก็เป็นที่พักผ่อนพักร้อนให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามการคมนาคมขนส่งทุกชนิดล้วนมีความสำคัญในการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย การคมนาคมขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ดังนี้

(1) การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางอากาศเป็นการขนส่งที่มีความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างยิ่งในการเดินทางระยะไกล ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการขนส่งทำให้การขนส่งทางอากาศเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว สะดวก ปลอดภัย การจัดรางวัลเพื่อการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงข้อจำกัด เช่น จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวัน เวลาออกเดินทาง เวลาถึงจุดหมายปลายทาง ราคาฤดูกาล และจำนวนนักท่องเที่ยว ปัจจุบันการขนส่งทางอากาศมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เนื่องจากมาตรการรักษาความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องได้รับความสะดวกสบาย การประสานงานกับหน่วยงานราชการ หรืออากาศยาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจทำได้โดยผู้ประสานงานติดต่อกับผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวล่วงหน้าเป็นการเฉพาะ

(2) การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางน้ำในปัจจุบันก็พัฒนาไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดยเฉพาะการพัฒนาให้การเดินทางทางน้ำมีการบริการครบถ้วนทั้งในด้าน การพักผ่อน การกินอยู่

จนกลายเป็นการเดินทางโดยเรือสำราญ บริษัทเรือสำราญเป็นธุรกิจที่เติบโตสูงมาก เนื่องจากมีปัจจัยที่พร้อมสำหรับการท่องเที่ยวครบถ้วนในตัวเอง รวมทั้งการพัฒนาจนมีความหรูหราจนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีกำลังซื้อสูง และนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สำหรับการจัดการท่องเที่ยวบนเรือสำราญได้รับความสนใจอย่างสูงทั้งจากผู้จัด และกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันเรือสำราญมีหลายขนาดให้เลือกใช้บริการ รวมถึงเส้นทางในการให้บริการทั้งในและต่างประเทศ

(3) การขนส่งทางบก การขนส่งทางบกเป็นการขนส่งขั้นพื้นฐานที่บริการขนส่งนักท่องเที่ยวระยะสั้น เนื่องจากการเดินทางทางบกเป็นการเดินทางพื้นฐานที่ใช้กันเป็นส่วนใหญ่ การใช้บริการขนส่งที่มีประสบการณ์จึงเป็นเรื่องจำเป็นเพราะบริษัท จะมีความเชี่ยวชาญในเส้นทาง และมีบริการรถยนต์จำนวนมาก อีกทั้งยังมีเครือข่ายที่สามารถสำรองโอนถ่ายผู้โดยสารหากมีกรณีฉุกเฉินได้ การจัดเตรียมพนักงานที่มีประสิทธิภาพ ขับรถปลอดภัย สุภาพ สื่อสารกันรู้เรื่อง มีความสำคัญมาก การวางแผนการเดินทางให้ราบรื่น การวางจุดพักระหว่างทาง รวมถึงการสร้างความปลอดภัย การคัดเลือกยานพาหนะให้เหมาะสมกับสภาพเส้นทาง หรือพื้นที่ที่จะเดินทางท่องเที่ยว สภาพยานพาหนะ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของเป้าหมาย การจัดกิจกรรมเหล่านี้ผู้ให้บริการต้องเตรียมการเป็นอย่างดี มีการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง และควรคำนึงถึงการให้บริการคมนาคมที่มีความปลอดภัย สะดวก สบาย หรูหราสมฐานะกับผู้ที่ได้รางวัลด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า ทริพยากรท่องเที่ยวมีปัจจัยที่สำคัญ คือ การคมนาคมขนส่ง การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรจะมีความสะดวกสบายมีเส้นทาง หรือการคมนาคมขนส่งสาธารณะที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้รวมไปถึงสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เพื่อการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย

1.7.2 ปัจจัยสนับสนุนด้านโรงแรมและที่พัก

โรงแรมเป็นส่วนสำคัญหลักในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพราะการที่มีที่พักเพื่อใช้สำหรับการพักผ่อนที่ดี และมีมาตรฐานจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ควรมีการสร้างความสะดวก และประสานงานกันกับโรงแรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อที่จะเป็นการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ในการรับมือ และคาดการณ์ล่วงหน้าของการจัดกิจกรรมสิ่งที่ควรคำนึงในการบริการด้านโรงแรม (รชพร จันทร์สว่าง, 2546)

(1) ความสะดวกสบายของการบริการพื้นฐานของโรงแรม เพื่อการบริการที่ตอบสนองต่อมาตรฐานขององค์กรที่มีต่อพนักงาน เพื่อความสะดวกสบาย และปลอดภัย

(2) ความหรูหรา และบริการอันเป็นเลิศของโรงแรม จะต้องมีการเลือกโรงแรมที่ดีที่สุดเพื่อให้ได้สถานที่ที่ดีที่สุดที่สุดในบริเวณที่เป็นจุดหมาย

(3) ความสะดวกในส่วนของการบริการต่อเนื่อง เช่น แหล่งท่องเที่ยว แหล่งซื้อสินค้า ร้านแต่งหน้า คาสีโน

(4) ความปลอดภัย เมื่อมีการเลือกโรงแรมที่ดีที่สุด ความปลอดภัยจึงเป็นส่วนสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ ผู้จัดการควรมีการชี้แจงสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดโรงแรมจะจัดในระดับ 3-5 ดาว โดยจะคัดเลือกจากความเหมาะสม

นอกจากนี้ตั๋ย ชุมสาย และภูผาพัน พรหมโยธี (2527) ได้กล่าวว่า ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทำให้ผู้ที่มาเข้าพักได้รับความสะดวกสบาย แสดงถึงโอกาสทางธุรกิจของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในที่นี้รวมถึง สถานบันเทิง สระว่ายน้ำ บริการซักรีด บริการด้านสุขภาพ บริการอินเทอร์เน็ต ร้านค้า ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของลูกค้า

1.7.3 ปัจจัยสนับสนุนด้านอาหารและเครื่องดื่ม

อาหารเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยว การมีอาหารที่มีความน่าสนใจ และมีความแปลกใหม่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการได้ลิ้มรสอาหาร (รชพร จันทรสว่าง, 2546) โดยการจัดการมีดังนี้

(1) การจัดอาหารที่เหมาะสม เพื่อให้เมนูในแต่ละวันไม่ซ้ำกัน และเหมาะสมกับสถานที่จึงควรมีความหลากหลายของเมนูในแต่ละมื้ออาหาร

(2) ความปลอดภัย การที่มีอาหารที่คุณภาพดี และถูกหลักอนามัยจะเป็นการป้องกันการเจ็บป่วยของนักท่องเที่ยวได้

(3) การจัดปริมาณอาหาร ควรมีความเพียงพอ และมีสัดส่วนที่พอดีแก่นักท่องเที่ยว เพื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถได้เมนูครบถ้วน ตามรายการ

(4) การจัดพื้นที่ให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวจึงควรมีสถานที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว และเข้ากับบรรยากาศ

(5) กรณีมีการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ผู้จัดต้องคำนึงถึงการเคลื่อนย้าย การจัดเตรียมเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายจึงควรมีการจัดเตรียมอย่างละเอียด และถี่ถ้วน

1.7.4 ปัจจัยสนับสนุนด้านแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดเพื่อจัดเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสำคัญอย่างยิ่ง ควรคำนึงถึงสิ่งต่างๆ (สุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา, 2553) ดังนี้

- (1) ราคา ขึ้นอยู่กับงบประมาณขององค์กร
- (2) การรับรู้คุณค่า หรือค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ
- (3) ช่วงเวลาในการเดินทาง ว่าเป็นฤดูกาลใดของปี แต่แต่ละฤดูกาลจะมีการท่องเที่ยวที่ต่างกัน
- (4) เพื่อเป็นธุรกิจ หรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์ และคุณค่าที่แตกต่างกัน
- (5) ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรม
- (6) ความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของที่นั้นๆ เนื่องจากจะมีผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพของพื้นที่
- (7) การส่งเสริมการตลาด ผู้วางแผน หรือผู้จัดจะต้องมั่นใจได้ว่าพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดใจ จะต้องมีผลทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจได้
- (8) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สามารถเดินทางได้โดยสะดวก
- (9) ระบบสาธารณูปโภค มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด
- (10) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- (11) ความปลอดภัยของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

สมภพ ชาตวนิช (2552) ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว จะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจ ที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว แล้วเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของศักยภาพ

จากการศึกษาค้นคว้า มีผู้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ดังนี้

วีรยา เอี่ยมวิบูลย์ (2540) ได้ให้ความหมายของคำว่าศักยภาพของบุคคล และองค์การ หมายถึง การแสดงความสามารถที่มีอยู่ปรากฏเมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคล และระดับองค์กรภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่กฎหมายกำหนด

สุวัฒน์ ตูลาธร (2541) สรุปความหมายของ ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การ เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ลักษณะความสามารถเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวองค์กรนั้นๆ ซึ่งจะถูกนำมาใช้ตามสถานการณ์ที่ผู้นำ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกำหนด เพื่อให้เกิดผลผลิตตามที่ต้องการ

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้นิยามคำว่า "ศักยภาพ" ว่าเป็นความสามารถ หรือความพร้อมในสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เอื้อต่อการจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการพัฒนา และการปรับปรุงใดๆ ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพแตกต่างกันตามความมุ่งหวัง หรือวัตถุประสงค์ของการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะถูกจัดการเป็นลำดับแรก ดังนั้น การกำหนดปัจจัยการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสม และน่าเชื่อถือ เพื่อจะนำไปใช้ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ และแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป

วนิดา ฟ้าอรุณ (2547) กล่าวว่าศักยภาพการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการภายใต้เงื่อนไขของทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และความสามารถในการพัฒนาให้เกิดความเจริญก้าวหน้าได้

จากความหมายด้านศักยภาพ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดผลสำเร็จ บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากนิยามความหมาย เมื่อนำมาปรับใช้กับการท่องเที่ยว ศักยภาพ หมายถึงความสามารถ และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมที่ดี มีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2.2 เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

วิวัฒน์ชัย บุญยศศักดิ์ (2532) ได้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยการพิจารณาองค์ประกอบหลัก 2 ประการ คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เสริมสร้างหรือปรับปรุงเพิ่มเติมได้ในอันที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจ และเป็นสิ่งที่ยากจะสร้างเสริมหรือปรับปรุงเพิ่มเติมได้
2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นคุณค่าในอันที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวนี้มีลักษณะ 5 ประการ คือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

จารุจน์ กลิ่นดีป्ली (2541) สรุปการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์พิจารณาที่ครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความยากง่ายในการเข้าถึง เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น
2. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ และการจัดการควบคุมกิจการการท่องเที่ยวในพื้นที่
3. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรม และกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจความสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ทำการศึกษาศักยภาพเพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ซึ่งอาศัยเกณฑ์ต่อไปนี้ (ศิริธร สุวรรณเลิศ, 2533)

1. ประเมินค่า และพิจารณาจากสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. ประเมินค่า และพิจารณาความพร้อมในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความสนใจของคนในท้องถิ่น ความปลอดภัย
3. ประเมินค่า และพิจารณาจากแรงดึงดูดประกอบด้วยลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว
4. ประมาณค่า และพิจารณาจากภูมิทัศน์ที่รองรับ

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา และการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสวยงามลักษณะเด่นในตัวเองความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิ และศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต เพื่อสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว
2. ความสะดวกในการเข้าถึง คือ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมลักษณะการเดินทางระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช้สิ่งดึงดูดใจหรือตอบสนองความของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวนั้น
3. สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

4. สภาพแวดล้อม คือ สิ่งรอบข้างของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนก่อให้เกิดมลพิษ ย่อมส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเสื่อม และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ อุปสรรค หรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดด้านการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของท่องเที่ยว

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน คือ ความเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ วัดได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร (2542) แบ่งองค์ประกอบที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากสถานที่ตั้ง และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายด้าน เช่น ความต้องการในด้านความสงบในการพักผ่อน ความสนุกสนาน การหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจูงใจหลักแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ ปัจจัยจูงใจด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจจากสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ลักษณะภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจ สังคม ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยสนับสนุน และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานด้านที่พักอาหาร การสื่อความหมาย ข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม ต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และการบริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะ ตลอดจนระบบการสื่อสารโทรคมนาคม

3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

ดิกแมน (Dickman, 1996) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกว่า 5A's ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรที่จะมีความสะดวกในการเข้าถึงสามารถเข้าถึงง่าย มีการคมนาคมที่เข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้งนี้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่างๆ

4. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ล้วนแต่ต้องการที่พักแรม ทั้งนี้เพราะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีที่พัก ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท บ้านพักไว้คอยรองรับนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เหมือนกัน

5. กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ดำน้ำ ดูปะการัง ล่องแก่ง ปีนเขา เดินป่า ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวต้องมีแหล่งท่องเที่ยวก่อน แล้วจึงใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย ความดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว จากองค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

4. สภาพแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร

4.1 ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิประเทศของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 1,568.737 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งที่ราบลุ่มของแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำสายสำคัญซึ่งถือเป็นเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงคนไทยทั้งชาติ โดยตั้งอยู่บนละติจูดที่ 13 องศา 45 ลิปดาเหนือ และลองติจูดที่ 100 องศา 28 ลิปดาตะวันออก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ประเทศไทยค่อนข้างมีสภาพอากาศร้อนชื้น พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี ได้สถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีเมื่อ พ.ศ.2325

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครปฐม

ลักษณะภูมิประเทศ

โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวง ตั้งอยู่ใกล้บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา และด้วยลักษณะที่ตั้งเช่นนี้ ทำให้เป็นเมืองที่มีชัยภูมิเหมาะแก่การป้องกันการรุกราน และยังเป็นเมืองที่มีน้ำที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรม

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมประจำฤดูที่พัดผ่าน แบ่งได้เป็น 3 ฤดูดังนี้ ฤดูฝน (พฤษภาคม - ตุลาคม) ฤดูหนาว (พฤศจิกายน - มกราคม) และฤดูร้อน (กุมภาพันธ์ - เมษายน) โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด - สูงสุดประมาณ 25 - 35 องศาเซลเซียส (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

ด้านสังคม

ด้วยความเป็นมหานครที่เป็นศูนย์กลางทางการเมือง การปกครองและเศรษฐกิจของประเทศ และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กรุงเทพมหานครจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคม มีสาธารณูปโภคต่างๆ อย่างครบสมบูรณ์จากการที่ทิศทางการขยายตัวของชุมชน และใช้ที่ดินไม่เหมาะสม รูปแบบการขยายตัวทางพื้นที่ของกรุงเทพมหานครจึงเป็นไปในลักษณะที่กระจุกกระจาย แผ่ขยายไปตามโครงข่ายระบบบริการพื้นฐานที่สำคัญ โดยเฉพาะตามแนวถนนสายหลัก การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม และการค้า การบริการของ

กรุงเทพมหานคร นำมาซึ่งปัญหาการปรับตัวของแรงงานอพยพ โดยแรงงานที่อพยพเข้ามาทำงานใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้สร้างปัญหาด้านที่อยู่อาศัย ชุมชนแออัด มีผู้อยู่อาศัยในแหล่งเสื่อมโทรมถึง ประมาณ 2 ล้านคน รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพชีวิต จึงจำเป็นต้องมีมาตรการช่วยเหลือ ด้านการจัดหาที่อยู่อาศัย การเพิ่มพูนทักษะความรู้ ความสามารถในการประกอบอาชีพ ตลอดจนการขยาย บริการพื้นฐานสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนยากจนในเขตเมืองให้ดีขึ้น (สำนักยุทธศาสตร์และ ประเมินผล, 2552)

4.2 การคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานคร

ระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลระหว่างปี พ.ศ.2542 - 2552 มีบริการ ขสมก. เป็นหลัก แต่ปริมาณผู้โดยสาร ขสมก. มีแนวโน้มลดลงทุกปีเช่นเดียวกับแนวโน้มปริมาณผู้โดยสารทาง รถไฟ เนื่องจากมีการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาจราจร และส่งผลต่อความเร็วเฉลี่ย ในการเดินทางลดลงถึงแม้ว่าปริมาณผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่โครงข่ายไม่ครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวาง ทำให้ขาดความสะดวกในการเชื่อมโยงระบบขนส่ง สาธารณะอื่นๆ และขาดการบริหารจัดการเชิงพื้นที่โดยรอบสถานี

กระทรวงคมนาคม โดยสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร การรถไฟแห่งประเทศไทย และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนการดำเนินโครงการรถไฟฟ้า 10 สายทางเพื่อเร่ง ประกวตราค่าก่อสร้างให้ได้ครบ 10 สาย ภายใน 4 ปี (พ.ศ.2554 - 2558) โดยเปิดให้บริการโครงข่าย ระบบขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ระยะทางรวม 410 กิโลเมตรภายในปี พ.ศ.2562 และเพิ่มเป็น 464 กิโลเมตร ภายหลังปี พ.ศ.2562 สรุปรายละเอียด ดังนี้

ปัจจุบันมีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 โครงการ ระยะทาง 95 กิโลเมตร ประกอบด้วย

1. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (BTS) ช่วงหมอชิต - อ่อนนุช และช่วง สนามกีฬา - สะพานตากสิน ระยะทาง 31 กิโลเมตร
2. รถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ช่วงบางซื่อ - หัวลำโพง ระยะทาง 20 กิโลเมตร
3. รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงพญาไท - มักกะสัน - ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ระยะทาง 28.5 กิโลเมตร

4. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ส่วนต่อขยาย ช่วงอ่อนนุช - แบริ่ง ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร

5. รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ส่วนต่อขยายช่วงสะพานตากสิน - วงเวียนใหญ่ ระยะทาง 2.2 กิโลเมตร

6. รถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อ - ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 กิโลเมตร

ทั้งนี้ มีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง จำนวน 6 โครงการ ระยะทาง 94.1 กิโลเมตร ประกอบด้วย

(1) รถไฟฟ้าสายสีแดงเข้ม ช่วงบางซื่อ - รังสิต ระยะทาง 26.3 กิโลเมตร

(2) รถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง - สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 กิโลเมตร

(3) รถไฟฟ้าสายสีเขียวอ่อน ช่วงถนนตากสิน - บางหว้า ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร

(4) รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ - ท่าพระ ระยะทาง 13 กิโลเมตร

(5) รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง - บางแค ระยะทาง 14 กิโลเมตร

(6) รถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางใหญ่ - บางซื่อ ระยะทาง 23 กิโลเมตร

การคมนาคมทางอากาศ

ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นหนึ่งในสนามบินนานาชาติของประเทศไทย สามารถให้บริการผู้เดินทางได้จำนวน 35 ล้านคนต่อปี ขนส่งสินค้าได้ 0.09 ล้านตันต่อปี ให้บริการเที่ยวบินได้สูงสุด 60 เที่ยวบินต่อชั่วโมง และจากการที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารเฉลี่ยประมาณ 2 ล้านคนต่อปี ส่งผลให้ในอนาคตท่าอากาศยานดอนเมือง จะไม่สามารถรองรับผู้โดยสารได้ ซึ่งปัจจุบันมีการสนามบินแห่งที่ 2 แล้ว คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 25 กิโลเมตร มีขนาดใหญ่กว่าสนามบินดอนเมืองประมาณ 6 เท่า ซึ่งจะทำให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การคมนาคมทางน้ำ

โครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางน้ำของกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.3 ของโครงข่ายการเดินทางทั้งหมด โดยมี 4 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

1. การเดินเรือโดยสารประจำทางในแม่น้ำเจ้าพระยา ดำเนินการโดยบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาจำกัดเพียงบริษัทเดียว มีเส้นทางจากท่าบ้านนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี - ท่าเรือบึงกิ้ง ในเขต

ราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร มีระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร โดยการบริการมีเรือ 3 ประเภท ได้แก่ เรือด่วนธรรมดา เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 31 ท่า เรือด่วนธงแสดงแดง เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าสาทร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 12 ท่า และเรือด่วนธงเหลือง เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 10 ท่า

2. การเดินเรือยนต์โดยสารข้ามฟากแม่น้ำเจ้าพระยา บริษัท สุภัทรา จำกัด เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ดำเนินการเดินเรือข้ามฟาก 8 ท่า และมีผู้ประกอบการ รายย่อยอื่นๆ อีกหลายราย ซึ่งจากการสำรวจในปี พ.ศ.2545 โดยกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม พบว่า จำนวนท่าเรือข้ามฟากในแม่น้ำเจ้าพระยาจากช่วงจังหวัดนนทบุรี-จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งหมด 33 ท่า โดยยึดฝั่งพระนครเป็นหลัก

3. การเดินเรือโดยสารประจำทางในคลอง การเดินเรือโดยสารประจำทางในคลองนั้น ปัจจุบันมี 2 คลอง คือ คลองแสนแสบ และคลองพระโขนง โดยกองการขนส่ง สำนักงานการจราจรและขนส่ง เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2537 ซึ่งปัจจุบันมี ผู้โดยสารประจำทางในคลองแสนแสบ ประมาณวันละ 39,687 คน และผู้โดยสารเรือ ประจำคลองพระโขนง ในวันราชการ มีผู้โดยสารประมาณวันละ 1,934 คน และในวันหยุดราชการ มีผู้โดยสารประมาณ วันละ 1,510 คน

4. การเดินเรือยนต์เฟลาใบจักรยาว ในปัจจุบันมีการเดินเรือยนต์เฟลาใบจักรยาว เพื่อเสริมเส้นทางเดินเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา (สายหลัก) เชื่อมตามคลองต่างๆ บริเวณจังหวัดนนทบุรี - กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 เส้นทาง ซึ่งจากการสำรวจโดยกรมเจ้าท่า เมื่อเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2545 พบว่า มีผู้โดยสารที่เดินทางด้วยเรือยนต์เฟลาใบจักรยาว เฉลี่ยประมาณ วันละ 16,180 คน โดยท่าเรือที่มีผู้โดยสารมากที่สุด คือ ท่าเรือสาธูประดิษฐ์ - ท่าเรือพระประแดง มีผู้โดยสารรวมวันละประมาณ 2,296 คน (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2557)

4.3 แนวโน้มของกรุงเทพมหานครในอนาคต

แนวโน้มการขยายตัวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในอนาคตจะยังคงขยายตัวต่อไป แต่ในอัตราที่ชะลอลงลงอันเนื่องจากผลของนโยบายการกระจายความเจริญออกสู่ส่วนภูมิภาคในระยะที่ผ่านมา และเป็นที่ยอมรับว่าสัดส่วนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะลดลงร้อยละ 42 เหลือประมาณร้อยละ 34 ของประชากรในเขตเมืองใน 20 ปีข้างหน้า ทั้งนี้จากการที่เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และบริการของประเทศยังคงกระจุกตัวในบริเวณกรุงเทพมหานคร และโอกาสมีงานทำสูงกว่าภาคอื่นๆ

จึงมีการอพยพประชากรเข้ามาอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเพิ่มขึ้น จนถึงปัจจุบันมีขนาดของประชากรถึง 7 ล้านคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองทั่วประเทศประมาณ 18.3 ล้านคน ทั้งนี้คิดว่าในระยะ 20 ปีข้างหน้า จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลจะเพิ่มขึ้นเป็น 12 ล้านคน ซึ่งจะมีความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ รวมถึงการบริการทางสังคมต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก กรอบการวางแผนการพัฒนาของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน จึงได้ขยายพื้นที่วางแผนให้ครอบคลุมพื้นที่รวมเขตปริมณฑลเข้าไปด้วย แทนที่จะเป็นการพัฒนากรุงเทพมหานคร เพียงพื้นที่เดียวเหมือนที่เคยเป็นมาในอดีต

กรอบการพัฒนาระดับภาคมหานคร

การพัฒนาภาคมหานครในอนาคตจำเป็นต้องพิจารณาทั้ง 2 ปัจจัย ทั้งในแง่ของประเด็นการพัฒนาที่มีความหลากหลาย และซับซ้อนขึ้น ส่วนในแง่ของเชิงพื้นที่ที่จะต้องวางตำแหน่งในเชิงเศรษฐกิจของภาคมหานครที่สัมพันธ์ทุกกรอบการพัฒนาเชิงพื้นที่ ทั้งระดับโลก ระดับอาเซียน ระดับประเทศ ระดับภาคมหานครกับภาคกลางตอนล่าง ระดับมหานคร ระดับส่วนหนึ่งของมหานคร ระดับย่าน และระดับชุมชน ดังนั้นในกรอบการวางแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร จึงต้องเป็นกรอบของภาคมหานคร ซึ่งต้องการความร่วมมือจากทุกภาคการพัฒนา โดยมีหน่วยงานหลัก 3 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ กรมโยธาธิการ และผังเมือง กระทรวงมหาดไทย และสำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร โดยได้คาดการณ์สถานการณ์ของกรุงเทพมหานคร รวมถึงได้กำหนดลำดับขั้นและทิศทางการพัฒนา ไว้ดังนี้

ระยะ 5 ปี

กรุงเทพมหานครจะเป็นมหานครที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และโบราณสถาน มีโบราณสถานที่ได้รับการบูรณะฟื้นฟู เป็นมหานครสีเขียวที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม พร้อมทั้งมีระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกและเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคเพื่อรองรับการที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยงกันในกลุ่มอาเซียน โดยมีบทบาทให้เป็นมหานครชั้นนำระดับโลก ด้านการท่องเที่ยวและเป็นมหานครชั้นนำด้านการคมนาคมขนส่งทางอากาศ การค้า และการบริการ การสาธารณสุข และการแพทย์ในระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ระยะ 15 ปี

กรุงเทพมหานครจะเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่งระดับภูมิภาค เพื่อกระจายความเจริญของภาคมหานครไปสู่พื้นที่โดยรอบ และเป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านสาธารณสุข และการแพทย์ พร้อมทั้งเป็นเมืองอุตสาหกรรม ปราศจากการก่อให้เกิดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานการวิจัย และพัฒนา เพื่อรองรับการที่ประเทศไทยจะเป็นประเทศอุตสาหกรรมในอนาคต และเป็นศูนย์กลางสุขภาพ

ระยะ 30 ปี

กรุงเทพมหานครจะเป็นพื้นที่ที่น่าอยู่ที่มีการเดินทางสะดวกสบาย คล่องตัว และเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งทุกระบบเข้าด้วยกันบนรากฐานการพัฒนาเมืองที่สมดุล ซึ่งเป็นเมืองที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัย และมีการพัฒนาที่มีความสมดุลระหว่างเมือง และชนบท โดยจะมีบทบาทเป็นมหานครที่น่าอยู่ในระดับเอเชีย บนพื้นฐานของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมที่ดี และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งร่างกาย และจิตใจ

ระยะ 50 ปี

กรุงเทพมหานครจะเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาที่สมดุล ยั่งยืน น่าอยู่ และมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ควรแก่การดำรงรักษาไว้ พร้อมทั้งมีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง เพื่อการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลผ่านการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง และเป็นภาคที่มีเมืองซึ่งมีความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม มีสิ่งแวดล้อมที่ดี ชุมชนน่าอยู่ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งร่างกาย และจิตใจ (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2552)

5. เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

วัชรภรณ์ สุรภี (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง "การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุมนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย" วิจัยนี้มุ่งศึกษาในประเด็นความต้องการสมรรถนะหลัก และสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรในอุตสาหกรรม การจัดประชุมนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทยโดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ธุรกิจ ในอุตสาหกรรม การจัดประชุมนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย จากกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่ม ได้แก่ บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ บริษัทรับจัดแสดงสินค้ามืออาชีพ บริษัทรับจัดการ

จุดหมายปลายทาง บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สถานที่จัดงาน ประเภทศูนย์ประชุม และสถานที่จัดงานประเภทโรงแรมเพื่อศึกษาสมรรถนะหลัก บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากร 2 ตำแหน่ง ในอุตสาหกรรมไมซ์ ตามความต้องการของผู้ประกอบการและศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ในอุตสาหกรรมไมซ์ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยสมรรถนะหลักของบุคลากรทุกคนมี 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะ ความรู้ ทักษะ และความสามารถที่ต้องมีเพิ่มขึ้น 2 ตำแหน่งงานหลัก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย/ให้บริการลูกค้า และเจ้าหน้าที่ประสานโครงการในการวิจัยหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ได้รับประโยชน์จากการวิจัย ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรได้

วิภา ศรีระทุ (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์" พบว่า เขาค้อ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มีความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการเติบโต และการพัฒนาของอุตสาหกรรมในระยะที่ผ่านมา ทำให้ส่งผลกระทบต่อด้านบวกในทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม รวมถึงยังส่งผลกระทบต่อด้านลบไม่ว่าจะเป็นระบบนิเวศ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม เนื่องจากการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น เขาค้อ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐ และเอกชน มีการส่งเสริมด้านการบริการ การคมนาคม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในการจัดการที่ดีต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และควรทราบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้น การเก็บข้อมูลได้ทำการสำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยว 10 แหล่ง ในอำเภอเขาค้อ และได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแบบประเมินของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยเลือกพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลัก ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

เทวีวรรณ ปทุมพร (2530) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า นิทรรศการนานาชาติ(MICE) ในจังหวัดขอนแก่น” ซึ่งงานวิจัย ได้มุ่งศึกษาถึงสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ อุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่นทั้งทางตรง และทางอ้อม เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จใน การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากจังหวัด ขอนแก่นมีศักยภาพ และความพร้อมในการรองรับการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นิทรรศการ และแสดงสินค้า ทั้งนี้จังหวัดขอนแก่นมีจุดแข็งในเรื่องทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นศูนย์กลางของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางการคมนาคม ทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นก็ยังคงมีการเติบโตในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับ ภูมิภาคอื่นของประเทศจึงได้ทำการวิจัย ให้บรรลุจุดหมายได้ในระยะเวลาอันสั้น โดยเก็บข้อมูลจาก แบบสอบถามผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในจังหวัดขอนแก่น 80 คน และแบบสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลผู้มีส่วน เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น 9 คน จากการศึกษาปัจจัยภายใน และภายนอกของ จังหวัดขอนแก่น ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ของจังหวัดขอนแก่นเพื่อนำไปสร้างยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม MICE ของ จังหวัดขอนแก่น และนำไปสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

ชัตติยา กลัญฑกะปกรณ์ (2557) ทำวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัด เชียงใหม่” งานวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีทั้งสถานที่จัดงานที่เป็นโรงแรม และสถานที่จัดงาน ที่ไม่ใช่โรงแรมกลุ่มธุรกิจที่รับจัด งานประชุม งานแสดงสินค้า และนิทรรศการ กลุ่มบริษัทจัดงานมีอาชีพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนเพื่อทำการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการบริหารธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ การสำรวจการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่ส่งเสริมการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ กำหนดตำแหน่ง และพัฒนากลยุทธ์ การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ที่เหมาะสม และวิเคราะห์ระดับการมี ส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ศิริพร คงจินดา (2552) ทำการวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เชื้อนรัชชประภา อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี" เชื้อนรัชชประภาเป็นเขื่อนอเนกประสงค์ที่ใช้ ประโยชน์ได้ทั้งด้านการชลประทาน และผลิตกระแสไฟฟ้าในเขื่อนรัชชประภาจะมีแพที่ปักไว้ให้บริการ

มีทัศนียภาพที่งดงาม มีกิจกรรมที่หลากหลาย ได้ชื่อว่า กุ้ยหลินเมืองไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของภาคใต้ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการวิจัยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขื่อนรัชชประภาจำนวน 330 ชุด และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสาร บทความทางวิชาการ หนังสือ และตำรา ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภาว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใด มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างไร และมีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านต่างๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งการวิจัยที่ได้ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ หรือไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เจิ้ง เซียง และ ซานโต ฟอมิกา (Xiang Zheng & Formica Sandro, 2007) ทำการวิจัยเรื่อง “แผนการการเปลี่ยนแปลงสภาพสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว: การศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล” การเจริญเติบโตของไมซ์เป็นที่น่าสนใจ และดึงดูดใจ การรับรู้ข้อมูลสามารถทำให้เข้าใจในข้อมูลเชิงลึกเพื่อปรับปรุง และกระตุ้นโปรแกรมการเดินทางให้สร้างแรงจูงใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมักจะเกี่ยวข้องกับการเดินทางระยะไกล ทำรายได้ 27 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเศรษฐกิจโลก เป็นหนึ่งในภาคที่เติบโตเร็วที่สุด ศึกษาแนวโน้มผลกระทบ และพัฒนาในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ใช้การทำแผนความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อที่จะศึกษาการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม และทำให้มีประสิทธิภาพ ประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญสำหรับการสร้างแรงจูงใจ สำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการความรู้ เพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ปลูกฝังความคิด ความมุ่งมั่นในองค์กร การทำความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงสามารถทำแผนเพื่อให้เข้าใจ และผู้จัดสามารถบรรลุเป้าหมายที่ดี ผู้จัดจะมีส่วนร่วมในการทำความเข้าใจ และศึกษาข้อเสียขององค์กร เพื่อที่จะกระตุ้นให้พนักงานคิด และเข้าใจในอนาคต เพราะในอนาคตไม่สามารถคาดหวัง

และมันใจสิ่งๆที่ทำได้ในการเตรียมการ คือ การดึงความรู้จากวันที่ผ่านมาและประสบการณ์เพื่ออยู่กับปัจจุบัน สามารถเข้าใจสถานการณ์ทางธุรกิจในอนาคต การทำแผนความรู้เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่เหมาะสมที่สุด

สก๊อต เจฟเฟอร์ (Jeffer Scott, 2014) ทำการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในมุมมองของผู้เข้าร่วม” การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถให้คำนิยามว่าเป็นการเดินทางเพื่อให้รางวัลแก่บุคลากรในองค์กรโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งหมดทางบริษัท หรือองค์กรเป็นผู้ที่จ่ายทั้งหมด การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถสร้างแรงบันดาลใจ และเพื่อเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรในองค์กรทำงานที่มีประสิทธิภาพ การวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างแรงผลักดันที่มีประสิทธิภาพ ได้มากกว่าเงินสด และสิ่งของอื่นๆ ขณะที่ทำวิจัยได้สอบถามองค์กรที่จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขึ้นถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และเป็นวิธีการที่ดีที่จะช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรให้มีแรงกระตุ้นในการทำงานมากขึ้นกว่าเดิมการวิจัยครั้งนี้ได้ทราบถึงสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ บริษัทยังคงเชื่อว่าการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยว คือ การลงทุนที่คุ้มค่า และเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการกระตุ้นการทำงาน และสร้างแรงจูงใจมากกว่าสิ่งอื่น โดยวิจัยนี้ได้ดูวิธีการทำงานของพนักงานชายซึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้นหลังจากนำ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเข้ามาในองค์กรเนื่องจากทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันในการทำยอดขายมี แรงขับเคลื่อนในตัวเองทุกคน โดยระหว่างการเดินทางทางองค์กรก็สามารถแทรกกิจกรรมที่ทำให้พนักงานได้มี ส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์รวมถึงมีการประชุม อบรม แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นบริษัท ต้องระมัดระวังในทุกๆ กิจกรรมที่จะเพิ่มเข้าไประหว่างการเดินทาง บทความนี้เชื่อว่าการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลสามารถเพิ่มความมุ่งมั่น สร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน และที่สำคัญที่สุดคือทำให้พนักงาน บริษัทที่ได้รับรางวัลนั้นรู้สึกว่าคุณค่า ทำให้พวกเขามีประสบการณ์ใหม่ๆ ที่นอกเหนือจากสถานที่ ทำงาน มีโอกาสพบปะกับบุคคลที่มีความสามารถคล้ายตนเองแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และกลับไปทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

มาเจอร์รี เคลลี (Kelly Marjorie, 1997) ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของ ประเทศจอร์แดน” การแสวงหาแนวทางเพื่อตรวจสอบว่าอนาคตของการท่องเที่ยวของจอร์แดนเป็นการแก้ไข ปัญหาท่ามกลางการจัดการกับปัญหาเหล่านี้ในประเทศจอร์แดน ปัญหาที่พบบ่อยไปยังหลายประเทศใน โลกที่สาม ค่านิยมทางวัฒนธรรม และการเมือง ความเปราะบางที่ได้รับการกลบเกลื่อนบนพื้นฐาน แบบตัวต่อตัว สัญญาของประชาชนจะมีกำไรพอที่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าสำหรับการมีส่วนร่วมของพวกเขาใน

การแสดงออกทางสังคม มุ่งเป้าไปที่การทำประกันความสงบ สำหรับการท่องเที่ยวที่นั่นยังอยู่ห่างไกลจากความ เป็นจริง กำหนดการลักษณะที่ไม่แน่นอนของอุตสาหกรรมทุกโครงการที่วางแผนที่จะสร้างต้องได้รับการจัดการอย่างถูกต้อง ทูทในภูมิภาคยังคงเจ็บบสงบ และผู้คนยังอาจเลือกที่จะไปที่อื่นมากกว่า การรับประกันรายได้เป็นบางสิ่งบางอย่างที่มีมูลค่ามากกว่าการปฏิเสธเป็นกิจกรรมที่จะนำจัดเพื่อใช้ประโยชน์ มากกว่าการท่องเที่ยวบางส่วนของ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสำหรับจอร์แดนจึงไม่ได้อย่างต้องการ และภัยคุกคามต่อความสงบสุขสัญญาของประชาชนจึงจะมีผลประโยชน์พอที่จะทำให้เกิดความคุ้มค่าสำหรับ ประเทศ โดยมุ่งเป้าไปที่การทำประกันความสงบมั่นคงปลอดภัยสำหรับสันติภาพ เพื่อที่จะสามารถดำเนินการ และสามารถพัฒนาต่อยอดปรับใช้สำหรับการท่องเที่ยวได้

จอห์น อิมบาล (Imbal John, 2009) ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของ ประเทศปาปัวนิวกินี” วิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศ ปาปัวนิวกินี โดยจากมุมมองของผู้บริโภคการท่องเที่ยว และตัวแทนการท่องเที่ยวในออสเตรเลียเกี่ยวกับ เกาะแปปูนิวกินีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และการบริการเมื่อเทียบกับปลายทางอื่นๆ อีกมากมายในโลก การสนับสนุนที่แข็งแกร่งได้มาจากรัฐบาล แห่งชาติมีการเปิดใช้งาน การมีส่วนร่วมสูงสุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยทุกคน โดยตลาดแหล่งสำคัญ ทุกคนรวมถึงออสเตรเลีย เอเชีย ยุโรป อเมริกา นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น และโอเชียเนีย นอกเหนือจากอำนาจการใช้ จ่ายของพวกเขาให้ในระยะยาวในอนาคต ได้รับประโยชน์ที่ประชากรในชนบท และผู้คนในภาคเศรษฐกิจนอกระบบของสังคม และกำไรจากการมีส่วนร่วมจากการท่องเที่ยว รวมถึงเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และการพัฒนาคุณภาพชีวิต สรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศปาปัวนิวกินี ประเทศปาปัวนิวกินีเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่ไม่ซ้ำกันเป็นประเทศที่สวยงาม มีธรรมชาติ วัฒนธรรมที่น่าสนใจ เป็นปลายทางที่แปลกใหม่ การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี และความคิดในการปรับปรุง จะเป็นสิ่งสำคัญที่คนตัดสินใจตระหนักถึงความท้าทายของอุปสรรคสำหรับอุตสาหกรรม และ การทำงาน เป็นโอกาสที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ นำนวัตกรรมเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ไอริน่า โคโนเนนโก (Kononenko Irina, 2014) ทำการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล:คุณค่าของผู้เข้าร่วมที่เกี่ยวข้อง” วิจัยเรื่องนี้ทำขึ้นเพื่อเป็นศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และผลกระทบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรวมถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวประเภทนี้

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นสามารถกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้ดีขึ้นจริงหรือไม่ และเป็นการเดินทางที่ทำให้ผู้ที่ได้รับรางวัลรู้สึกว่าคุณประสบความสำเร็จมากที่สุด รวมถึงแนะนำภูมิหลังของการท่องเที่ยวประเภทนี้

ข้อสรุปหลักของการศึกษาที่ได้ คือ การที่บริษัทบางแห่งไม่จัดทริปการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานต่อองค์กร และเพื่อกระตุ้นให้พนักงานของพวกเขาทำงานได้ดีขึ้น เพราะไม่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ เพราะคิดว่าไม่สามารถปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนอะไรภายในระยะเวลาอันสั้น และคิดว่าการเดินทางที่มีขึ้นเพียงไม่กี่วันจะเปลี่ยนแปลงพนักงานในระยะยาวได้ซึ่งหลังจากกลับมาก็จะดำเนินงานตามปกติแต่ผู้ที่ได้รับรางวัลเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นตอบแบบสอบถาม และยืนยันว่าพวกเขาได้ทำกิจกรรมสนุกๆ และหลากหลายทำให้ผ่อนคลายจากการทำงาน และทำให้เกิดแรงจูงใจในที่จะกลับไปทำงานในสภาพหน้าได้เป็นอย่างดี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับนั้นถูกต้อง และสามารถเชื่อถือได้ พวกเขาได้ตอบสนองความคาดหวังของพวกเขาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับองค์กรในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการศึกษาได้พบว่า ไลฟ์สไตล์ DMCs สามารถใช้งานได้อย่างจริง เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่มีแรงจูงใจให้พนักงานมานานหลายปี โดยนายจ้างทั่วโลกเชื่อมั่นว่าได้ผลจริงๆ แต่ก็ยังคงต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ดังนั้น คำถาม คือ ผลกระทบที่แท้จริง และประโยชน์ที่แท้จริงของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นบริษัทควรที่จะออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดเพียงผู้เดียวหรือไม่ การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายที่จะหาคำตอบของคำถามดังกล่าว ดังนั้น จึงอาจจะคิดว่าบริการของ DMCs จะมีความจำเป็นในอนาคตได้เป็นอย่างดีโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อการวิจัยวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่บริษัทตั้งขึ้นและให้ DMCs กับความรู้ที่เกี่ยวข้องในการที่จะช่วยให้พวกเขาที่จะเผชิญกับความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขององค์กร หาก DMCs เข้าใจความคาดหวังของบริษัท ลูกค้า และผู้ให้บริการที่พวกเขาสามารถวางแผน และให้นำจดจำมากที่สุด และมีประสิทธิภาพประสบการณ์ จุดมุ่งหมายของการศึกษานี้มีการชี้แจงเป้าหมายของการเดินทางแรงจูงใจในระยะสั้น และผลประโยชน์ระยะยาวของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และสำรวจการเดินทางแรงจูงใจเป็นแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ การเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่จะรวบรวมข้อเสนอแนะสำหรับอนาคตในการพัฒนาธุรกิจสำหรับการศึกษาไลฟ์สไตล์ DMCs ที่มีแบบสอบถามแรก คือ การรับรู้การสำรวจของผู้ให้บริการของการเดินทางแรงจูงใจ และทัศนคติโดยรวมที่มีต่อประเภทของการเดินทางทางธุรกิจนี้ แบบสอบถามที่สองมุ่งเน้นไปที่บริษัทที่ได้รับการจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และประสบการณ์ของพวกเขาที่จะนำเสนอที่จะตอบ

คำถามของการศึกษา ตรวจสอบประโยชน์ และประโยชน์ของการเดินทางแรงจูงใจสองแบบสอบถามผลของการศึกษาช่วยให้เห็นจุดที่ให้บริการในมุมมองเกี่ยวกับการเดินทางแรงจูงใจ และเสริมสร้างความสัมพันธ์กับพวกเขาโดยมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เข้าใจหนึ่งในข้อเท็จจริงที่แท้จริงเกี่ยวกับทุกการเดินทางแรงจูงใจ คือการที่พวกเขามีมูลค่าการดำเนินการ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือการที่ร่วมกันเป็นหนึ่งเดียวในการทำงานเป็นทีมที่ดีกว่า

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งเป็นการรวมกันของการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณได้จากการเก็บแบบสอบถาม เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเริ่มจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ในแหล่งท่องเที่ยว 10 แห่งหลังจากนั้นถึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสบาย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการเลือกแบบเจาะจง จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

1.1.1 เชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลสถิติจากโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 15,514 คน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557)

1.1.2 เชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 เซิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05

จากสูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย เมื่อ $n =$ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 $N =$ จำนวนประชากรทั้งหมด แทนค่า 15,514
 $e =$ ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่าในสูตร
$$n = \frac{15,514}{1 + 15,514(0.05)^2}$$

$$= 399.97$$

$$= 400 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เซิงคุณภาพ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 3 คน ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------|---|
| (1) คุณเอกกศักดิ์ ไชยกาญจน์ | ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโสส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุม และนิทรรศการ |
| (2) คุณณัฐวุฒิ คงศรี | ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป บริษัททัวร์ Easy Tours |
| (3) คุณจักรพงษ์ นามโพธิ์ | ตำแหน่ง ผู้จัดการการตลาด บริษัทเพลินทัวร์ |

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

2.1 แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็น ความต้องการ เกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert's Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2558) แบ่งเป็น 5 ระดับ และเกณฑ์การประเมินค่าช่วงคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค คณะผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

ระดับความคิดเห็น	ช่วงคะแนน	ระดับการแปลผล
มากที่สุด	4.21 - 5.00	5 คะแนน
มาก	3.41 - 4.20	4 คะแนน
ปานกลาง	2.61 - 3.40	3 คะแนน
น้อย	1.81 - 2.60	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1.00 - 1.80	1 คะแนน

สำหรับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert's Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2558) แบ่งเป็น 5 ระดับ และเกณฑ์การประเมินค่าช่วงคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค คณะผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

ระดับความคิดเห็น	ช่วงคะแนน	ระดับการแปลผล
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21 - 5.00	5 คะแนน
เห็นด้วย	3.41 - 4.20	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	2.61 - 3.40	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	1.81 - 2.60	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 - 1.80	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบปลายเปิด ให้ระบุสิ่งที่เห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญ และสิ่งที่ควรปรับปรุงเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.2 **แบบสัมภาษณ์** แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในการตั้งประเด็นคำถาม โดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด ซึ่งเกี่ยวข้องกับศักยภาพรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้าง และการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

3.3 ผู้วิจัยแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา

3.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราคของแบบสอบถามเท่ากับ 0.753 โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ

3.5 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงให้เหมาะสมแล้วใช้แบบสอบถามนี้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายนในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร ตลาดนัดสวนจตุจักร ถนนข้าวสาร เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา และพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุซโซต์ (ไปไหนดี โกด์, 2558) และสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ได้ทั้ง

หมดแล้ว จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด มาวิเคราะห์และประมวลผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) แล้วนำผลที่ได้จากการประมวลผลมาวิเคราะห์ สรุปผล และนำเสนอผลการวิจัย โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 แบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยการประมวลผลข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (SPSS)

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานครนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของผู้ตอบแบบสอบถามนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.1.4 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา

5.2 แบบสัมภาษณ์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสนับสนุนข้อมูลการสำรวจจากแบบสอบถาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยจะแบ่งการเสนอผลการศึกษาเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้ทำการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	170	42.5
หญิง	230	57.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.0
20-30 ปี	138	34.4
31-40 ปี	124	31.0
41-50 ปี	83	20.8
51-60 ปี	49	12.3
60 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ช่วงอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ช่วงอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ช่วงต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	206	51.5
สมรส	173	43.2
หย่าร้าง	21	5.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	11.2
ปริญญาตรี	273	68.3
สูงกว่าปริญญาตรี	82	20.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้าขาย	47	11.8
พนักงานเอกชน	158	39.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	16.0
รับราชการ	68	17.0
นักเรียน/นักศึกษา	22	5.5
อื่นๆ เช่น ตัวแทนประกันชีวิต พนักงานของรัฐ	41	10.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ รับราชการ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ค้าขาย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 อื่นๆ เช่น ตัวแทนประกันชีวิต พนักงานของรัฐ เป็นต้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1	0.3
10,001 – 20,000 บาท	137	34.2
20,001 – 30,000 บาท	129	32.2
30,001 – 40,000 บาท	60	15.0
40,001 – 50,000 บาท	36	9.0
50,000 บาทขึ้นไป	37	9.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ช่วงรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ช่วงรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ช่วงรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และช่วงรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

แสดงพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร

จำนวนครั้งที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	21	5.3
2 – 3 ครั้ง	76	19.0
4 – 5 ครั้ง	48	12.0
5 ครั้งขึ้นไป	255	63.7
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ครั้งขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 4 – 5 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และครั้งแรก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้

จุดหมายทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว)	288	19.7
วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง)	197	13.5
พระบรมมหาราชวัง	188	12.9
ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร	82	5.6
ตลาดนัดสวนจตุจักร	249	17.0
เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์	141	9.7
ถนนข้าวสาร	118	8.1
นิทรรศน์รัตนโกสินทร์	44	3.0
สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา	91	6.2
พิพิธภัณฑ์มาตามตุซโซต์	40	2.7
อื่นๆ เช่น สยามพารากอน วัดโพธิ์ ประตูน้ํา	23	1.6
รวม	400	100.0

*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจุดหมายทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) มากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รองลงมา คือ ตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 พระบรมมหาราชวัง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ถนนข้าวสาร จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 จำนวน 44 คน พิพิธภัณฑ์มาตามตุซโซต์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และอื่นๆ เช่น สยามพารากอน วัดโพธิ์ ประตูน้ํา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา และอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัญหา และอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความไม่สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	51	12.7
สินค้า และอาหารมีราคาแพง	132	33.0
ความไม่ปลอดภัยในการเดินทาง	38	9.5
ความไม่สะดวกสบายในการเข้าถึง	169	42.3
อื่นๆ เช่น ไม่มี แม่ค้าเร่ขายของ	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหา และอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความไม่สะดวกสบายในการเข้าถึง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ สินค้า และอาหารมีราคาแพง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ความไม่สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ความไม่ปลอดภัยในการเดินทาง จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอื่นๆ เช่น ไม่มี แม่ค้าเร่ขายของ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่พัก

ประเภทที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่พักระดับ 5 ดาว	30	7.4
ที่พักระดับปานกลาง	191	47.8
ที่พักราคาประหยัด	63	15.8
พักบ้านญาติ	114	28.5
อื่นๆ เช่น คอนโด เป็นต้น	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 10 ผู้ตอบแบบสอบถามพักในที่พักระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ พักบ้านญาติ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ที่พักราคาประหยัด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ที่พักระดับ 5 ดาว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และอื่นๆ เช่น คอนโด เป็นต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่เข้าร่วม

กิจกรรมที่เข้าร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไหว้พระ 9 วัด	140	17.1
นวดแผนไทย/สปา	43	5.2
ซื้อปิ้ง	291	35.5
ลองเรือยามค่ำคืน	123	15.0
ท่องเที่ยวยามราตรี	134	16.4
ชมการแสดง	84	10.3
อื่นๆ เช่น ประชุมสัมมนา ชมวัด	4	0.5
รวม	400	100.0

*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบทำกิจกรรมซื้อปิ้งมากที่สุด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ ไหว้พระ 9 วัด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ท่องเที่ยวยามราตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ลองเรือยามค่ำคืน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ชมการแสดง 84 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 นวดแผนไทย/สปา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และอื่นๆ เช่น ประชุมสัมมนา ชมวัด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม – มีนาคม	94	23.5
เมษายน – มิถุนายน	104	26.0
กรกฎาคม – กันยายน	40	10.0
ตุลาคม – ธันวาคม	162	40.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เดือนตุลาคม – ธันวาคมมากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ เดือนเมษายน – มิถุนายน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 เดือนมกราคม – มีนาคม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และเดือนกรกฎาคม – กันยายน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.91	0.54	มาก
ด้านความสามารถในการเข้าถึง	3.41	0.80	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	0.68	มาก
ด้านที่พัก	3.71	0.65	มาก
ด้านกิจกรรม	3.68	0.98	มาก
รวม	3.66	0.54	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.68) และด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม/น่าสนใจ	4.08	0.68	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.11	0.67	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.45	0.78	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	4.02	0.71	มาก
รวม	3.91	0.54	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม/น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.68) แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.71) และ แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง

ด้านความสามารถในการเข้าถึง	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.73	2.17	มาก
ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.48	0.84	มาก
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.46	0.84	มาก
ป้ายบอกทางชัดเจน	3.51	0.93	มาก
ที่จอดรถเพียงพอ	2.85	1.12	ปานกลาง
รวม	3.41	0.8	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.8) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 2.21) รองลงมา คือ ป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.93) ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.84) ความปลอดภัยในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.84) และที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 1.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า ประปา	3.90	0.77	มาก
ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ	3.46	0.86	มาก
การดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.45	0.81	มาก
มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตบริการฟรี	3.16	1.03	ปานกลาง
มีบริการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.71	2.16	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ	3.81	0.75	มาก
ป้ายแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	3.64	0.82	มาก
รวม	3.59	0.68	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า ประปา ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.77) รองลงมา คือ ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.75) มีบริการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 2.16) ป้ายแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.82) ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.86) การดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.81) และมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตบริการฟรี ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านที่พัก

ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ที่พักมีความสะอาด	3.71	0.75	มาก
ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.78	0.71	มาก
ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งช้อปปิ้ง	3.68	0.82	มาก
ที่พักสะดวกต่อการเดินทาง	3.66	0.81	มาก
รวม	3.71	0.65	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.71) รองลงมา คือ ที่พักมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.75) ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งช้อปปิ้ง ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.82) และที่พักสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ
ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
กิจกรรมบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	0.76	มาก
กิจกรรมมีความน่าสนใจ	3.67	0.73	มาก
กิจกรรมมีความหลากหลาย	3.73	2.22	มาก
รวม	3.68	0.98	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กิจกรรมมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 2.22) รองลงมา คือ กิจกรรมมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.73) และกิจกรรมบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.63	0.74	มาก
ด้านความสามารถในการเข้าถึง	3.66	0.94	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.50	0.84	มาก
ด้านที่พัก	3.48	0.96	มาก
ด้านกิจกรรม	3.68	0.87	มาก
รวม	3.59	0.70	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87) รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.94) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.74) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84) และด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	0.92	มาก
เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.60	0.83	มาก
การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบ	3.71	0.89	มาก
ข้อบังคับในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว			
การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว	3.56	0.90	มาก
รวม	3.63	0.74	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.89) รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.92) เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.83) และ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง

ด้านความสามารถในการเข้าถึง	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
ระบบขนส่งสาธารณะ	3.67	0.93	มาก
การปรับปรุงถนนและขยายช่องทางการจราจร	3.72	1.76	มาก
จุดจอดรถและจุดรับส่งนักท่องเที่ยว	3.61	0.92	มาก
รวม	3.66	0.94	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การปรับปรุงถนนและขยายช่องทางการจราจร ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.76) รองลงมา คือ ระบบขนส่งสาธารณะ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.93) และ จุดจอดรถและจุดรับส่งนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ความเพียงพอของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	3.48	0.90	มาก
ความทันสมัยของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	3.50	0.89	มาก
ความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	3.51	0.91	มาก
รวม	3.50	0.84	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ ความทันสมัยของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.89) และความเพียงพอของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก

ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
สถานที่พักแรมมีนโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.55	1.74	มาก
พนักงานผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตร/เป็นกันเอง	3.44	0.93	มาก
สถานที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.46	0.94	มาก
รวม	3.48	0.96	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่พักแรมมีนโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.74) รองลงมา คือ สถานที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.94) และพนักงานผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตร/เป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
การเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	3.57	0.90	มาก
การพัฒนากิจกรรมนันทนาการและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว	3.64	1.72	มาก
ภาครัฐควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน และภาคธุรกิจ/ผู้ประกอบการ	3.70	0.93	มาก
ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงถึงเอกลักษณ์ของ กรุงเทพมหานคร	3.80	0.95	มาก
รวม	3.68	0.87	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงถึงเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ภาครัฐควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนและภาคธุรกิจ/ผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.93) การพัฒนากิจกรรมนันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.72) และการเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เป็นความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผล ดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาการจราจรติดขัด	16	21.1
ควรมีการจัดการเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	10	13.2
ควรส่งเสริมให้กิจกรรมมีความหลากหลาย	6	7.9
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	6	7.9
การคมนาคมไม่สะดวกสบายต่อการเข้าถึง	6	7.9
ควรให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	6	7.9
ควรส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว	5	6.6
ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ และไม่สะอาด	4	5.3
ควรสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว	4	5.3
ควรให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนร่วมกันส่งเสริม	2	2.6
การท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น		
ควรสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว	2	2.6
มีการเร่ขายของเป็นจำนวนมากทำให้ภาพลักษณ์	2	2.6
ของแหล่งท่องเที่ยวดูไม่ดี		
ควรให้มัคคุเทศก์มีความรู้และความสามารถอย่างแท้จริง	2	2.6
ป้ายบอกทางมีความไม่ชัดเจน	2	2.6
ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	2	2.6
การส่งเสริมวัฒนธรรม	1	1.3
รวม	76	100

จากตาราง 25 สามารถสรุปประเด็นปัญหาที่พบ มากที่สุด คือ ปัญหาการจราจรติดขัด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 รองลงมา คือ ควรมีการจัดการเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ร้อยละ 13.2 ควรส่งเสริมให้กิจกรรมมีความหลากหลาย จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ที่จอดรถไม่เพียงพอ จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 การคมนาคมไม่สะดวกสบายต่อการเข้าถึง จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ควรให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ควรส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ร้อยละ 6.6 ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ และไม่สะอาด จำนวน 4 คน ร้อยละ 5.3 ควรสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ร้อยละ 5.3 ควรให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 ควรสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 มีการเร่ขายของเป็นจำนวนมากทำให้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวดูไม่ดี จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 ควรให้มัคคุเทศก์มีความรู้ และความสามารถอย่างแท้จริง จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 ป้ายบอกทางมีความไม่ชัดเจน จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.6 และการส่งเสริมวัฒนธรรม จำนวน 1 คน ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในแบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน รวมถึงรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถสรุป ได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน

โดยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และชุมชน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบเปิดสามารถเข้าไปได้โดยไม่เสียค่าเข้าชมสำหรับคนไทย เช่น วัดวัง ห้างสรรพสินค้า และยังเป็นจุดหมายที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความน่าสนใจ และมีความหลากหลายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ การเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งทั้งสองด้านกรุงเทพมหานครมีศักยภาพค่อนข้างดี (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์) นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะมีความต้องการคล้ายๆ กันในเรื่องของการเข้าถึง คือ มีความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส การคมนาคมขนส่ง และอินเทอร์เน็ตไร้สาย (เถกิงศักดิ์ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์) โดยกรุงเทพมหานครมีสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมืองเป็นสนามบินหลัก มีการขยายรถไฟฟ้าใต้ดินอย่างต่อเนื่อง มีการเพิ่มในส่วนของการแท็กซี่ รถโดยสารปรับอากาศ และมีการสร้างทางด่วนมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และในด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนมีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสังคมออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้

สัมภาษณ์การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร บางแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครนั้น ในเว็บไซต์ไม่มีข้อมูลข่าวสารเพียงพอ (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันในการรองรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ เช่น ศูนย์นิทรรศการ และการประชุมไบเทค ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์) นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารสาธารณะให้บริการครอบคลุมทุกที่ นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวแล้วกรุงเทพมหานครยังเล็งเห็นถึงความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว (เถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์) ทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกในกรุงเทพมหานครตอนนี้ถือว่าดีมาก (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์)

4. ด้านที่พัก กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีที่พักเป็นจำนวนมาก กรุงเทพมหานครได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่มีที่พักสำหรับธุรกิจไมซ์ดีมากแห่งหนึ่งในโลก ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบาย เรื่องปัจจัยทางด้านราคา การบริการ และคุณภาพ ทำให้ที่พักในกรุงเทพมหานครมีศักยภาพ และครอบคลุมทุกจุดในกรุงเทพมหานคร (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์) ซึ่ง Mice Hotel ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใน 3 ย่านสำคัญ ได้แก่ ถนนสุขุมวิท ริมน้ำเจ้าพระยา และบริเวณกลางเมือง คือ สยาม ที่พักในกรุงเทพมหานครมีความโดดเด่นมากเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอย่างครบครัน มีบริการที่ดี ด้านราคาก็เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท และมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์)

5. ด้านกิจกรรม กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่หลากหลาย และน่าสนใจมาก ซึ่งกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น การช้อปปิ้ง ไหว้พระทำบุญ และล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งกิจกรรมก็จะมีแตกต่างกันในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลบางส่วนจะทำกิจกรรมอื่นๆ อีก เช่น สอนหนังสือ สอนภาษาอังกฤษให้กับเด็กๆ ทำความสะอาดชุมชน ปลูกป่า และทำกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ทำกิจกรรมร่วมกัน สานความสัมพันธ์ และมีจิตสำนึกต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) ระบุว่า กิจกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครยังมีไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทำกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (CSR) แต่ในกรุงเทพมหานครไม่ค่อยมีกิจกรรมด้านนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน

โดยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีความน่าสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบวัด ไม่ว่าจะเป็น วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ และวัดอรุณ (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์) แหล่งช้อปปิ้งก็เป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร ประตูน้ำ แพลตตินั่ม และห้างสรรพสินค้า ด้านแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตก็จะเป็นตลาดน้ำคลองลัดมะยม และคลองบางกอกน้อย แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์ สยามนิรมิต และโรงละครต่างๆ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครถือว่ามีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความต้องการเหมือนกันกับนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ มีความต้องการโครงสร้างพื้นฐาน คือ การคมนาคมขนส่งโดยรถสาธารณะ เช่น รถแท็กซี่ รถไฟฟ้าใต้ดิน และรถไฟฟ้าบีทีเอส (เถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์) ทั้งนี้ ยังมีสนามบินดอนเมือง และสนามบินสุวรรณภูมิเป็นสนามบินหลักในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความคาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และด้านความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนมีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารครบถ้วนทั้งหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น ห้องน้ำ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจะหน่วยสินค้าที่ระลึก กรุงเทพมหานครมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า สัญญาณอินเทอร์เน็ต ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะเดินทางท่องเที่ยวได้ (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์)

4. ด้านที่พัก กรุงเทพมหานครมีที่พักหลายระดับในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่ที่พักระดับ 5 ดาว จนถึงที่พักแบบประหยัด (เถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์) โดยนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่จะพักที่พักระดับปานกลาง และระดับสูง ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่

จะอยู่ใจกลางเมือง เช่น ถนนสุขุมวิท ริมน้ำเจ้าพระยา สาทร (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) ส่วนใหญ่แล้ว ที่พักในกรุงเทพมหานครจะอยู่ใจกลางเมืองเพราะสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ ความสะดวกสบาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอย่างครบครัน มีบริการที่ดี ด้านราคาเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งนี้การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะขึ้นอยู่กับงบประมาณของทางบริษัทที่เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (เอกศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์)

5. ด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่นิยมทำกิจกรรม การช้อปปิ้ง ไหว้พระ ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลบางส่วนจะทำกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม หรือ CSR และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ทำกิจกรรมร่วมกันสานความสัมพันธ์ และมีจิตสำนึกต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวทางการในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้สามารถรองรับ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

โดยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครยังมีแหล่งท่องเที่ยวบางสถานที่ที่มีความน่าสนใจ สวยงาม และมีความโดดเด่น แต่นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ เนื่องจาก นักท่องเที่ยวยังไม่รู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวมากพอ บางสถานที่ที่มีที่ตั้งที่ยากต่อการเข้าถึง จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นเพิ่มมากขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนของ เอกชน ถ้ารัฐบาลเข้ามาดูแลมากขึ้นก็อาจจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นได้ (เอกศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์)

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารยังมีศักยภาพไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ต้องมีการทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์) และต้องมีผู้นำชุมชนหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องผลักดันให้ สถานที่ท่องเที่ยวของตนเองเป็นที่รู้จัก ถ้าพัฒนาผู้นำให้เกิดจิตสำนึกที่อยากจะให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวหรือ เข้ามาในชุมชน หรือสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน จะต้องเพิ่มการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดย จำเป็นต้องมีการอัปเดตข้อมูลลงเว็บไซต์เรื่อยๆ เนื่องจากสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

มาก (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) และปัญหาการจราจรติดขัดก็เป็นอีกเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางน้อยลง ดังนั้น การแก้ปัญหารถติด ถ้าแก้ปัญหานี้ได้ กรุงเทพมหานครก็มีศักยภาพสูงในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ณัฐวุฒิ คงศรี, 2559: สัมภาษณ์)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ด้านบุคลากรต้องมีการพัฒนาให้มีความรู้ ความสามารถ มีความเป็นมืออาชีพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และด้านการบริการจะต้องมีการบริการที่พิเศษแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการเดินทางคือ ความปลอดภัย (เลกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์, 2559: สัมภาษณ์) ในการเดินทางท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว

4. ด้านที่พัก กรุงเทพมหานครมีความโดดเด่นด้านที่พัก และที่พักของกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดี แต่อาจจะมีปัญหาด้านราคา เนื่องจากมีราคาที่สูงมาก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยแนวทางในการเพิ่มศักยภาพด้านราคาควรมีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรกันของผู้ประกอบการ เพื่อสามารถต่อรองราคาได้ (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์)

5. ด้านกิจกรรม กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการช้อปปิ้ง ไหว้พระ ท่องเที่ยวยามราตรี หรืออื่นๆ แต่กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ยังมีน้อยในกรุงเทพมหานคร (จักรพงษ์ นามโพธิ์, 2559: สัมภาษณ์) ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนออกไปทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ในจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้น กรุงเทพมหานครควรมีการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ให้มีความน่าสนใจ มีความหลากหลาย และมีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ประกอบด้วย การศึกษาศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน สำหรับด้านอุปสงค์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครในแต่ละด้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทยรวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป สำหรับด้านอุปทาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 3 คน ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และแปลผล เพื่อให้ทราบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต่อไป ซึ่งสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

1.2 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และในช่วงอายุช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

1.3 สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 สถานภาพสมรส จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

1.4 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

1.5 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รับราชการ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

1.6 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

2.1 จำนวนครั้งที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมา คือ 2 - 3 ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ 4 - 5 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

2.2 จุดหมายทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดหมายทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รองลงมา คือ ตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

2.3 ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหา และอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ความไม่สะดวกสบายในการเข้าถึง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ สินค้า และอาหารมีราคาแพง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และความไม่สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

2.4 ประเภทที่พัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักที่พักระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ พักบ้านญาติ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และที่พักราคาประหยัด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

2.5 กิจกรรมที่เข้าร่วม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การช้อปปิ้ง จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ ไหว้พระ 9 วัด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และท่องเที่ยวยามราตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตามลำดับ

2.6 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เดือนตุลาคม - ธันวาคม จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และเดือนมกราคม - มีนาคม จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65) และด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

3.2 องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ

แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม/น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.68) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.71) และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะอาด ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

3.3 องค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.8) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 2.21) รองลงมา คือ ป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.93) และระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.84)

3.4 องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า ประปา ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.77) รองลงมา คือ ร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.75) และมีบริการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 2.16) ตามลำดับ

3.5 องค์ประกอบด้านที่พัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.71) รองลงมา คือ ที่พักมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.75) และที่พักใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งช้อปปิ้ง ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

3.6 องค์ประกอบด้านกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กิจกรรมมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 2.22) รองลงมา คือ กิจกรรมมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.73) และกิจกรรมบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

3.7 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ

ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.68, S.D. = 0.87$) รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.66, S.D. = 0.94$) และด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.63, S.D. = 0.74$) ตามลำดับ

3.8 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63, S.D. = 0.74$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.71, S.D. = 0.89$) รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64, S.D. = 0.92$) และ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.83$) ตามลำดับ

3.9 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66, S.D. = 0.94$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การปรับปรุงถนน และขยายช่องทางการจราจร ($\bar{X} = 3.72, S.D. = 1.76$) รองลงมา คือ ระบบขนส่งสาธารณะ ($\bar{X} = 3.67, S.D. = 0.93$) และจุดจอดรถ และจุดรับส่งนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61, S.D. = 0.92$) ตามลำดับ

3.10 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50, S.D. = 0.84$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51, S.D. = 0.91$) รองลงมา คือ ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.50, S.D. = 0.89$) และความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.90$) ตามลำดับ

3.11 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.96$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่พักแรมมีนโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.55, S.D. = 1.74$) รองลงมา คือ สถานที่พักแรมมี

สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.94) และพนักงานผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตร/ เป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

3.12 ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงถึงเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ ภาครัฐควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน และภาครัฐกิจ/ผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.93) และการพัฒนาจิกรรรมนันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.72) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงข้อเสนอแนะ ปัญหาการจราจรติดขัดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 รองลงมา คือ ควรมีการจัดการเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ร้อยละ 13.2 ควรส่งเสริมให้กิจกรรมมีความหลากหลาย จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ที่จอดรถไม่เพียงพอ จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 การคมนาคมไม่สะดวกสบายต่อการเข้าถึง จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ควรให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลชาวไทย

1.1 แหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม/น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยของ สมภพ ชาตวนิช (2552) ได้กล่าวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดดึงดูดใจ มีความน่าสนใจ หรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สามารถสร้างความประทับใจ และความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ความงดงามทางสถาปัตยกรรม และศิลปกรรม ความโดดเด่น ความมีเอกลักษณ์ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งศักยภาพทางกายภาพ และการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

จากข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความหลากหลาย มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ วัดอรุณ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตวัฒนธรรม เช่น คลองบางกอกน้อย และชุมชนต่างๆ เช่น ชุมชนกุฎีจีน ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความน่าสนใจ และมีความหลากหลายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว

1.2 ความสามารถในการเข้าถึง

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงในการมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ มีป้ายบอกทางชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทาง หรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามประทับใจ หรือมีคุณค่าสูงส่งเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง เพราะไม่สามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรนั้นได้ เช่น ถนนหนทาง สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ และท่าอากาศยาน เป็นต้น เพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพค่อนข้างดีในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งมีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย และมีความหลากหลาย โดยความสามารถในการเข้าถึงจะแบ่งเป็น 2 ด้าน ด้านแรกเป็นการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น รถไฟฟ้าใต้ดินซึ่งมีการขยายเส้นทางอย่างต่อเนื่อง มีสนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิเป็นสนามบินหลักของประเทศ และยังมีจัดการรถโดยสารสาธารณะที่หลากหลายมากขึ้น เช่น รถแท็กซี่ รถโดยสารปรับอากาศ จะมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และมีป้ายบอกทางชัดเจน ด้านที่สองเป็นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัด เช่น บางแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครนั้นไม่มีข้อมูลข่าวสารเพียงพอ

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า ประปา มากที่สุด รองลงมา คือ ร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ ดิกแมน (Dickman, 1996) ได้กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่างๆ

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันในการรองรับนักท่องเที่ยว ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็น ไฟฟ้า น้ำประปา อินเทอร์เน็ตไร้สาย ร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมถึงห้องน้ำซึ่งมีการจัดการอย่างดีเพื่อ

เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมากที่สุดเป็นด้านพาหนะ ซึ่งรถโดยสารสาธารณะมีให้บริการทุกที่ ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวอีกอย่างคือ ความปลอดภัย และการบริการบุคลากรที่รองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น จะต้องมีความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อย่างชำนาญ เพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้องได้รับการอย่างดีเยี่ยมซึ่งจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป

1.4 ที่พัก

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นว่า ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอมากที่สุด รองลงมา คือ ที่พักมีความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของตุ้ย ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี (2527) ที่กล่าวถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่พักรวมมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอพร้อมแสดงถึงโอกาสทางธุรกิจ เพราะก่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้า หรือแขกที่มาพัก ในที่นี้หมายถึง ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานบันเทิง สระว่ายน้ำ บริการซักรีด บริการด้านสุขภาพ บริการอินเทอร์เน็ต ร้านค้า ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของลูกค้า

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า กรุงเทพมหานครได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่มีที่พักสำหรับธุรกิจไมซ์ที่ดีมากแห่งหนึ่งของโลก ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบายในเรื่อง ราคา การบริการ ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก และ Mice Hotel กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะอยู่ใน 3 ย่านสำคัญ ได้แก่ ถนนสุขุมวิท ริมน้ำเจ้าพระยา และบริเวณกลางเมืองก็ คือ สยาม ซึ่งที่พักในกรุงเทพมหานครมีความโดดเด่นมากเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักอย่างครบครัน มีบริการที่ดี ด้านราคาก็เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท และมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

1.5 กิจกรรม (Activity)

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เรื่องกิจกรรมมีความหลากหลายมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมมีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับที่ ดิกแมน (Dickman, 1996) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมว่ากิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อทำให้การท่องเที่ยว และ

ช่วงเวลาที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวมาสนใจมากขึ้น และกิจกรรมต่างๆ ควบคู่กับความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ ว่ายน้ำ เปนต้น

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล พบว่า กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย และน่าสนใจมาก ซึ่งกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการช้อปปิ้ง ไหว้พระ 9 วัด ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งกิจกรรมก็จะมีแตกต่างกันในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลแล้วจะมีการทำกิจกรรมอื่นๆอีก เช่น การทำ CSR Activities การทำ Team Building รวมถึง Cooking Class

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สรุปได้ว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีความสวยงามน่าสนใจสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว การเดินทางในกรุงเทพมหานครก็มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเพราะมีการคมนาคมขนส่งสาธารณะจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันทั้งสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็น ไฟฟ้า น้ำประปา ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม และที่พักใน กรุงเทพมหานครนั้นมีศักยภาพสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันของที่พัก การบริการที่ดีเยี่ยม และระดับราคาที่เหมาะกับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมในกรุงเทพมหานครนั้นก็ยังมีความหลากหลาย และน่าสนใจที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

2. การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมายัง กรุงเทพมหานครนั้นส่วนใหญ่จะพักที่พักระดับปานกลาง และนิยมเดินทางมายังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ตลาดนัดสวนจตุจักร วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) พระบรมมหาราชวัง และ เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ ตามลำดับ โดยกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขณะ

เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจะเป็นการช้อปปิ้ง ไหว้พระ 9 วัด และท่องเที่ยวยามราตรี ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะชอบการเดินทางที่มีความสะดวก ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้องการจะเป็น สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่มีอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา

สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะพักที่พักระดับสูง และระดับปานกลาง และที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่จะอยู่ในกรุงเทพมหานคร และจะอยู่ใจกลางเมือง เช่น ถนนสุขุมวิท ริมน้ำเจ้าพระยา สาทร เพราะสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย และส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบวัด เช่น วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ วัดอรุณ เอเชียทีคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ สยามนิรมิต โรงละครต่างๆ และแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร ประตูน้ำ แพลตตินั่ม และห้างสรรพสินค้า ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางไปท่องเที่ยว มีความน่าสนใจ สะดวกสบายต่อการเที่ยวชม และเลือกซื้อสินค้า ด้านแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตก็จะเป็น การท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนิยมทำ ได้แก่ การช้อปปิ้ง ไหว้พระ 9 วัด ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา และนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลบางส่วนจะทำกิจกรรมที่รับใช้สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือ CSR และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน สานความสัมพันธ์ และมีจิตสำนึกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในการเข้าถึงของ แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการคมนาคมขนส่งโดยรถสาธารณะ เช่น รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า ได้ดี ดิน บีทีเอส ซึ่งจะสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้ ยังมีสนามบินดอนเมือง และสนามบินสุวรรณภูมิไว้รองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเหมาะสม และกรุงเทพมหานครยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น ห้องน้ำ ร้านอาหารอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และที่สำคัญมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมายัง กรุงเทพมหานครนั้นจะพักที่พักระดับปานกลาง หรือระดับสูง และอยู่ในย่านที่สะดวกต่อการเดินทาง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาไหว้พระที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ช้อปปิ้งในแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ตลาดนัด

สวนจตุจักร ทำกิจกรรมที่รับใช้สังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ CSR สำหรับการเดินทาง นิยมใช้รถยนต์
ปรับอากาศ หรือการคมนาคมขนส่งสาธารณะเพื่อความสะอาดสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้ สามารถสรุปรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน

วันที่ 1

เช้า เดินทางไปไหว้ศาลหลักเมือง ที่ตั้งอยู่ใกล้กับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม หลังจากนั้น
เยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือ วัดพระแก้ว

กลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน ร้านครัวคุณก๊วก ราชนาวิสิมสร

บ่าย เดินทางไปนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ หลังจากนั้น เดินทางเข้าที่พัก โรงแรม Riverside Cruise
เพื่อเก็บสัมภาระ และพักผ่อนตามอัธยาศัย

เย็น รับประทานอาหารเย็น ล่องเรือ River Side Cruise ชมบรรยากาศ ทั้งสองฝั่ง
แม่น้ำเจ้าพระยาบนเรือ River Side Cruise

ค่ำ กลับถึงที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2

เช้า รับประทานอาหารเช้าที่โรงแรม และออกเดินทางไปวัดอรุณราชวราราม
ซึ่งพระเจ้าตากสินมหาราชทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังที่ประทับ

กลางวัน รับประทานอาหารเที่ยง ที่ Olive Tree Restaurant

บ่าย เดินทางไปมิวเซียมสยาม เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และชมการจัดแสดงเรื่องราวผ่านเทคโนโลยีที่
สมัยใหม่ หลังจากนั้นพาท่านไปช้อปปิ้งที่ประตูน้ำ

เย็น เดินทางไปรับประทานอาหารค่ำที่ Bangkok Balcony ตึกใบหยก ชั้น 87 ชมบรรยากาศของ
กรุงเทพมหานคร

ค่ำ เดินทางกลับที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 3

เช้า รับประทานอาหารเช้าแล้วพาท่านชมพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุซโซต์
และชมหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

กลางวัน รับประทานอาหารเที่ยงที่ร้าน Waterfront
 บ่าย เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ตัวอย่างโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

วันที่ 1

เช้า วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) สักการะพระแก้วมรกต ชมจิตรกรรมฝาผนัง
 ที่พระระเบียง แวะชมพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมมาก
 เป็นอันดับที่ 16 ของโลก สักการะวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดอรุณ)
 ขึ้นชมความงามของปรางค์พระอรุณ และชมศาลหลักเมือง

กลางวัน รับประทานอาหารกลางวัน ร้านครัวคุณกึ่ง ราชนาวิสิมสร

บ่าย พาท่านไปจับจ่ายซื้อของกันที่แหล่งช้อปปิ้งที่โด่งดังของกรุงเทพมหานคร ตลาดนัด
 สวนจตุจักรตามอัธยาศัย

เย็น ล่องเรือชมความสวยงามของแม่น้ำเจ้าพระยาพร้อมรับประทานอาหารบนเรือเจ้าพระยา
 ริเวอร์ครุซ

วันที่ 2

เช้า ชมประวัติความเป็นมาของกรุงรัตนโกสินทร์ ณ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ และพาท่านเที่ยวชม
 สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา ซึ่งเป็นสวนสัตว์ และสวนสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย
 ชมสัตว์นานาชนิดทั้งไทย และต่างประเทศ มีกิจกรรมดูโชว์จากเหล่าสัตว์แสนรู้

กลางวัน รับประทานอาหารกลางวันตามอัธยาศัย ณ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

บ่าย ชมพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาตามทุซโซต์ ช้อปปิ้งตามอัธยาศัย และเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

3. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในด้านการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงถนน และขยายช่องทางจราจร ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนโยปายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงถึงเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

ในขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางสถานที่ที่มีความน่าสนใจ สวยงาม แต่ยังไม่เข้าถึงได้ยาก ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่รู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมากพอ บางสถานที่ที่มีที่ตั้งที่กลับซับซ้อนยากต่อการเข้าถึงจึงต้องมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นเพิ่มมากขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนของเอกชน และอยู่ในความดูแลของเอกชน ถ้ารัฐบาลเข้ามาดูแลมากขึ้นก็อาจจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นได้ และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารยังมีศักยภาพไม่เพียงพอ ต้องมีผู้นำชุมชน หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องผลักดันให้สถานที่ท่องเที่ยวของตนเองเป็นที่รู้จัก ถ้าพัฒนาผู้นำให้เกิดจิตสำนึกที่อยากจะทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว หรือเข้ามาในชุมชนหรือสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน จะต้องเพิ่มการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลลงเว็บไซต์เรื่อยๆ เนื่องจากสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องพัฒนาเกี่ยวกับการบริการ และบุคลากรเนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่พิเศษกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะต้องได้รับการบริการที่แปลก และพิเศษมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนี้บุคลากรที่รองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะต้องเป็นมืออาชีพ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเกิดความประทับใจ และด้านกิจกรรม กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การช้อปปิ้ง ไหว้พระ ท่องเที่ยวยามราตรี หรืออื่นๆ แต่กิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (CSR) ยังมีน้อยในกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนออกไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (CSR) ในจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้น จะต้องมีการพัฒนาด้านกิจกรรมให้มีความน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

จากข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สรุปได้ว่ากรุงเทพมหานครควรพัฒนาในเรื่องของการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงถนน และขยายช่องทางจราจร ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการบริการและบุคลากร และการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (CSR)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล

กลยุทธ์ MICEBKK

M

Marketing

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ตรงตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

I

Improve convenience to accessibility of attraction

การพัฒนาความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

C

CSR and Team building activities

การพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือ CSR และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

E

Environment

การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

B

Be safety

การพัฒนาด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

K

Knowledge and ability of personal

การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความสามารถ และเป็นมืออาชีพ

K

Keep an identity of activities

การส่งเสริมกิจกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการทำวิจัย

1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ตรงตลาด และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

1.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

1.2 ส่งเสริมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกสื่อทุกช่องทาง เพื่อที่จะเป็นการกระจายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้ถึงนักท่องเที่ยว

1.3 ส่งเสริมการใช้เครือข่ายออนไลน์ในการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในปัจจุบันข้อมูลการท่องเที่ยวจากเครือข่ายออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตนั้น มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว การที่ใช้เครือข่ายออนไลน์ในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ถือเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่ง

2. การพัฒนาความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.1 สนับสนุนโครงการรถไฟฟ้า เพื่อการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะที่สะดวกสบายของนักท่องเที่ยว และลดการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

2.2 ส่งเสริมการขยายถนน และสร้างทางด่วน เพื่อร่นระยะเวลาในการเดินทาง และแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด

2.3 พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการเดินทาง

2.4 มีจุดจอดรถรับ-ส่งไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเป็นคณะ เพื่อความสะดวกสบาย และแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด

3. การพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ CSR และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

3.1 ส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในกรุงเทพมหานคร

3.2 ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมมากขึ้น

3.3 ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามสื่อต่างๆ เช่น สร้างBlogที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน แบ่งปันประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรม

4. การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องดำเนินกิจการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4.1 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว มีการดำเนินงานตามแนวคิดกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ปั่นจักรยานชมแหล่งท่องเที่ยวตาม เส้นทางจักรยานรอบเกาะรัตนโกสินทร์

4.2 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการดำเนินงานที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำ เสียง และอากาศ เช่น มีระบบการบำบัดน้ำเสีย

4.3 รณรงค์ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น ที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

4.4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเป็นแกนหลักในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม

5. การพัฒนาด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

5.1 ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น ติดกล้องวงจรปิดไว้ภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเห็นสภาพบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวในขณะนั้น

5.2 ส่งเสริมมาตรการรักษาความปลอดภัย และการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เช่น มีจุดบริการนักท่องเที่ยวไว้ให้บริการกรณีนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ

5.3 ส่งเสริมให้มีคู่มือการเดินทาง แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าที่แหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น

6. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความสามารถ และเป็นมืออาชีพ

6.1 สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ยิ่งขึ้น ทั้งด้านการสื่อสาร การให้บริการ ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษา รวมถึงมีทักษะทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

6.2 ส่งเสริมให้บุคลากรทางการท่องเที่ยวได้มีโอกาสพัฒนาความสามารถของตนเอง มีการทดลองปฏิบัติงานก่อนปฏิบัติงานจริง

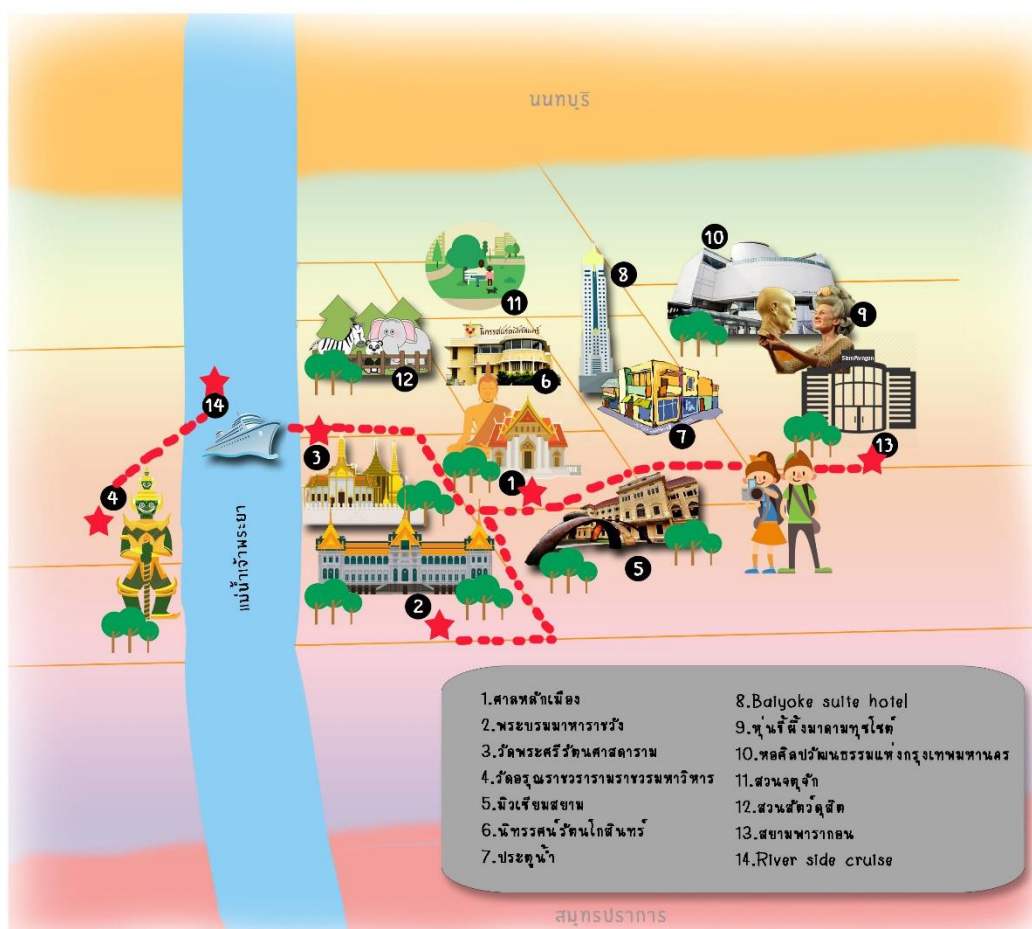
7. การส่งเสริมกิจกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์

7.1 จัดทำสารคดีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ซ็อบปิ้งที่สยามพารากอน สักการะพระแก้วมรกต

7.2 ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากรุงเทพมหานครได้ร่วมทำกิจกรรม เช่น ปั่นจักรยานตามเส้นทางรอบเกาะรัตนโกสินทร์ กิจกรรมวอล์คแรลลี่ชิมอาหารที่เยาวราช

7.3 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยอาจจัดทำรายการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ชื่อรายการ MICEBKK เป็นรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร

ภาพ 1 เส้นทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



ที่มา ผู้วิจัย (2559)

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวหรือการประสานความร่วมมือกับองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน
2. ภาพรวมของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อนำไปสู่การรองรับและแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา และกระบวนการในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อให้นักท่องเที่ยวและองค์กรได้รับประโยชน์ เพื่อเป็นแผนในการพัฒนาศักยภาพของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
4. ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มคุณค่าในห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่5)**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. สืบค้น 28 กันยายน 2559, จาก <http://tourisminvest.tat.or.th/component/content/article/42->
- ชัตติยา กลัญทกะปกรณ์. (2557). **กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่). สืบค้นจาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc//basic.php>
- จักรพงษ์ นามโพธิ์. (2559, 11 พฤศจิกายน). **ผู้จัดการการตลาด บริษัทเพลินทัวร์** (บทสัมภาษณ์).
- จารุจน์ กลิ่นดีปสี. (2541). **การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติไทรโยค**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชมพูนุช จิตติถาวร. (2555). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. ใน รชพร จันทรสว่าง (บ.ก.),เอกสารการสอนชุดวิชาการ จัดการธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หน่วยที่ 1-7 (น. 2-48). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐภูมิ คงศรี. (2559, 27 ตุลาคม). **ผู้จัดการทั่วไปบริษัททัวร์ Easy Tours** (บทสัมภาษณ์).
- ดุษฎี ชุมสาย, มล. และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เลกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์. (2559, 18 พฤศจิกายน). **ผู้จัดการอาวุโสส่วนงานวิจัยและพัฒนาฝ่ายพัฒนา** กลยุทธ์องค์กรสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (บทสัมภาษณ์).
- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2530). **ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ(MICE) ในจังหวัดขอนแก่น**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น). สืบค้นจาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc//basic.php>

- ธรรมศักดิ์ โจรจนสุนทร. (2542). **สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). **การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. ใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (บ.ก.), **ธุรกิจไมซ์** (น. 99-100).นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). **ธุรกิจไมซ์** (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง.
- ปภาวดี ประจักษ์ศุภินิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2546). **การจูงใจบุคลากรในการทำงาน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไปไหนดี โกด. (2558). **ที่เที่ยวกรุงเทพ - 10 ที่เที่ยวสุดฮิตเมืองหลวงของไทย**. สืบค้น 30 กันยายน 2559, จาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001194/lang/th/>
- รชพร จันทร์สว่าง. (2546). **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราณี อีสัยกุล. (2548). **องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล**. สืบค้น 5 ตุลาคม 2559, จาก http://elibrary.trf.or.th/project_researcher.asp?resid
- วนิดา ฟ้าอรุณ. (2547). **ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวของตำบลเปตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัชรภรณ์ สุรภิ. (2557). **การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย**. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก). สืบค้นจาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc//basic.php>
- วิภา ศรีระทุ. (2551). **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**. (สารนิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2529). **ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม (จุลสาร)**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2532). **ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว (จุลสาร)**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

วีรยา เอี่ยมวิบูลย์. (2540). **ศักยภาพในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการการบริหารส่วนตำบล.**

(ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริธร สุวรรณเลิศ. (2533). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร.**

(ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร คงจินดา. (2552). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมรัฐชประภา อำเภอบ้านตาขุน**

จังหวัดสุราษฎร์ธานี (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก).

สืบค้นจาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc//basic.php>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2548). **การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน.** กรุงเทพฯ: ไดมอนด์

อินบิสซิเนสเวิร์ล

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2557). **การคมนาคมและการขนส่ง.**

สืบค้น 1 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.otp.go.th/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556). **ธิมงานการจัดประชุมและ**

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. สืบค้น 15 กันยายน 2559, จาก

<http://www.tceb.or.th/th/business-events/meetings-incentives/themes-of-meetings-incentives/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556). **จุดหมายปลายทางไมซ์.** สืบค้น 15 กันยายน

2559, จาก <https://www.buinesseventsthailand.com/th/mice-destinations/mice-destinations/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557). **Domestic Mice 2014.** สืบค้น 16 กันยายน

2559, จาก

http://elibrary.tceb.or.th/MediaList.aspx?view=all_ebook&sortby=DocumentNodeID&sorttype=DESC&page=2

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2552). **แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 12 ปี (พ.ศ.2552-2563)**

กรุงเทพมหานครแห่งความน่าอยู่อย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ดาวฤกษ์.

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2556). **ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร.** สืบค้น 1 ตุลาคม 2559,

จาก <http://203.155.220.230/m.info/>

- สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง.**
(ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2553). **การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.** กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- สุวัฒน์ ตูลารร. (2541). **ศักยภาพในการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด: ศึกษาในกรณีชุมชนแห่งหนึ่งของอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี.** (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมภพ ชาตวนิช. (2552). **การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมของ
ปราสาทหินพิมายและปราสาทเขาพนมรุ้ง.** (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychology testing (5thed.).** New York: Harper Collins.
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An introductory text (2nd ed.).** Sydney: Hodder Education.
- Formica, S. & Xiang, Z. (2007). Mapping Environment Change in Tourism : A Study of the
Incentive Industry. **Journal of Tourism Management, 28,** 1192-1201.
- Imbal, J. (2009). Developing the Tourism Potential of Papua New Guinea. **DWU Research
Journal, 10,** 26-39.
- Jeffer, S. (2014). The Motivational Power of Incentive Travel: The Participant's Perspective.
Tourism Research, 122-136.
- Kelly, M. (1997). Jordan's Potential Tourism Delopment. **Annals of tourism Research,**
25(4), 904-918.
- Kononenko, I. (2014). **The Effect of Incentive Travel: the value fir the parties involved**
(Doctoral dissertation, Haaga Helia University). Retrieved from
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/73309/Kononenko_Irina.pdf?sequence=1
- Yamane, T. (1973). **Statics: An introductory analysis.** Tokyo: Harper International Editor.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมืองานวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมืองานวิจัย

1. อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตน์ชัย อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ดร.คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. อาจารย์ฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์ อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. อาจารย์อัญชัญ ตัณฑเทศ อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

1. คุณจักรพงษ์ นามโพธิ์ ผู้จัดการการตลาด บริษัทเพลินทัวร์
2. คุณณัฐวุฒิ คงศรี ผู้จัดการทั่วไป บริษัท Easy Tours
3. คุณเอกศักดิ์ ไชยกาญจน์ ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ โดยใส่เครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20 – 30 ปี

3. 31 – 40 ปี

4. 41 – 50 ปี

5. 51 – 60 ปี

6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง

4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

1. เกษตรกร 2. รับจ้างทั่วไป 3. ค้าขาย
 4. พนักงานเอกชน 5. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6. รับราชการ
 7. นักเรียน/นักศึกษา 8. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,001 – 20,000 บาท 3. 20,001 – 30,000 บาท
 4. 30,001 – 40,000 บาท 5. 40,001 – 50,000 บาท 6. 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

1. คุณเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (รวมครั้งนี้) เป็นจำนวนกี่ครั้ง

1. ครั้งแรก 2. 2 – 3 ครั้ง 3. 4 – 5 ครั้ง
 4. มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

2. จุดหมายปลายทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) 2. วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร
 3. พระบรมมหาราชวัง 4. ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร
 5. ตลาดนัดสวนจตุจักร 6. เอเชียทีคเอดะริเวอร์ฟรอนท์
 7. ถนนข้าวสาร 8. นิทรรศรัตนโกสินทร์
 9. สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา 10. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งมาดามทุซโซต์
 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ปัญหา และอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1. ความไม่สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว 2. สินค้าและอาหารมีราคาแพง
 3. ความไม่ปลอดภัยในการเดินทาง 4. ความไม่สะดวกสบายในการเข้าถึง
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพักที่พักระยะไหน

1. ที่พักระดับ 5 ดาว 2. ที่พักระดับปานกลาง 3. ที่พักราคาประหยัด
 4. เกสต์เฮาส์ 5. บ้านเช่า/อพาร์ทเมนท์ 6. พักบ้านญาติ
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. กิจกรรมที่เข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไหว้พระ 9 วัด 2. นวดแผนไทย/สปา 3. ช็อปปิ้ง
 4. ล่องเรือยามค่ำคืน 5. ท่องเที่ยวยามราตรี 6. ชมการแสดง
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ช่วงเวลาที่คุณคิดว่าเหมาะสมที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

1. มกราคม – มีนาคม 2. เมษายน – มิถุนายน 3. กรกฎาคม – กันยายน
 4. ตุลาคม – ธันวาคม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม/น่าสนใจ					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
3. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด					
4. แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์					
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)					
5. มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
6. ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
7. ความปลอดภัยในการเดินทาง					
8. มีป้ายบอกทางชัดเจน					
9. ที่จอดรถเพียงพอ					

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)					
10. มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า ประปา					
11. ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ					
12. การดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
13. มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตบริการฟรี					
14. มีบริการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
15. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ					
16. ป้ายแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน					
ที่พัก (Accommodation)					
17. ที่พักมีความสะอาด					
18. ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ					
19. ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งช้อปปิ้ง					
20. ที่พักสะดวกต่อการเดินทาง					
กิจกรรม (Activity)					
21. กิจกรรมบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
22. กิจกรรมมีความน่าสนใจ					
23. กิจกรรมมีความหลากหลาย					

ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล

ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ระดับที่ควรปรับปรุง				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยว (Attraction)					
1. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
2. เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในแหล่งท่องเที่ยว					
3. การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับใน การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว					
4. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นใน แหล่งท่องเที่ยว					
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)					
5. ระบบขนส่งสาธารณะ					
6. การปรับปรุงถนนและขยายช่องทางการจราจร					
7. จุดจอดรถและจุดรับส่งนักท่องเที่ยว					
สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)					
8. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
9. ความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
10. ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ที่พัก (Accommodation)					
11. สถานที่พักแรมมีนโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
12. พนักงานผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตร/เป็นกันเอง					
13. สถานที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					

ประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ระดับที่ควรปรับปรุง				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)					
14. การเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร					
15. การพัฒนากิจกรรมนันทนาการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว					
16. ภาครัฐควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน และภาค ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ					
17. ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงถึงเอกลักษณ์ของ กรุงเทพมหานคร					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร เพื่อการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

หน่วยงาน/องค์กร.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา..... น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

1. มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2. กลุ่มลูกค้าของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน

.....
.....
.....
.....
.....

3. นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยส่วนมากชอบเดินทางไปไหน เพราะเหตุใด

.....
.....
.....
.....
.....

4. ภาพรวมของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5. สถานการณ์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของกรุงเทพมหานครในตอนนี้เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านเห็นว่า กรุงเทพมหานครเหมาะกับการเป็นจุดหมายในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลหรือไม่
อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

7. ด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครในแต่ละด้านเป็นอย่างไร

7.1 ด้านความดึงดูด

.....

.....

.....

.....

.....

7.2 ด้านความสามารถในการเข้าถึง

.....

.....

.....

.....

.....

7.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

.....

.....

7.4 ด้านที่พัก

.....

.....

.....

.....

.....

7.5 ด้านกิจกรรม

.....

.....

.....

.....

.....

8. ท่านเห็นว่า ศักยภาพในด้านใดของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร ที่มีความโดดเด่นที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

9. ท่านเห็นว่า ศักยภาพในด้านใดของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานคร ที่ควรได้รับการสนับสนุนเพิ่มขึ้น เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

10. ท่านเห็นว่า ในการรองรับนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรุงเทพมหานครมีศักยภาพเพียงพอหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

11. ท่านเห็นว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครมีคู่แข่งหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

12. ท่านเห็นว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครในอนาคตมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

13. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรุงเทพมหานครท่านเห็นว่า ควรจะเพิ่มศักยภาพในด้านใด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

14. ข้อเสนอแนะในการพัฒนากรุงเทพมหานครให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ

รูปภาพขณะเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์

รูปภาพขณะเก็บรวบรวมข้อมูล



สัมภาษณ์ คุณณัฐวดี คงศรี เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ.2559



สัมภาษณ์ คุณจักรพงษ์ นามโพธิ์ เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



สัมภาษณ์ คุณเถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์ เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่มาตามทิวทัศน์ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม – 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่วัดอรุณฯ (วัดแจ้ง) เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม - 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่ถนนข้าวสาร เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม - 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่วัดพระแก้ว เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม - 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2559



แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม - 9 พฤศจิกายน พ.ศ.2559

ภาคผนวก ฉ

หนังสือขอความอนุเคราะห์

สำเนา



ที่ ศธ ๐๕๑๙.๓๐/ ๒๕๖๕

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่าน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน คุณนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

ด้วย สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรม
สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา
นจท ๓๒๒ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์อังสุมาลิน จ่านงชอบ เป็นอาจารย์
ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง
แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์บุคลากรในสังกัดท่าน เพื่อเป็นข้อมูล
ประกอบการวิจัย จำนวน ๑ ท่าน ระหว่างวันที่ ๒ - ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ โดยมีนางสาวณัฐนิชา ศรีย์สุน
โทร. ๐๙๐-๖๘๔๗๕๗๐ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์บรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๔๙ ๕๐๐๐ ต่อ ๓๓๓๒๐ โทรสาร ๐ ๒๖๖๐ ๒๙๐๓

สำเนา



ที่ ศธ ๐๕๑๙.๓๙/ ๒๐๐

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
เรียน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด สยามนิรมิต

ด้วย สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรม
สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนในรายวิชา
นจท ๓๒๒ พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมีอาจารย์อังสุมาลิน จ้านงชอบ เป็นอาจารย์
ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ซึ่งได้มอบหมายให้นิสิตทำการศึกษาและลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง
แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย
ณ สยามนิรมิต ระหว่างวันที่ ๕ - ๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ โดยมีนางสาวกัญญาภัค พูลศรี โทร. ๐๙๘-
๘๓๐๖๘๐๖ เป็นนิสิตผู้ประสานงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปริญทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	กมลรัตน์ ฌ นคร
วันเดือนปีเกิด	27 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	66/5 หมู่ 4 ถนนราชพฤกษ์ ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนศรีบุญยานนท์
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	กัญญาภัค พูลศรี
วันเดือนปีเกิด	13 พฤษภาคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดอุดรธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	81/240 หมู่5 ตำบล บางเตือ อำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี 12000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนปทุมวิไล
ปัจจุบัน	สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ณัฐนิชา ศรียี่สุน
วันเดือนปีเกิด	14 พฤษภาคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดสุโขทัย
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1724/344 ชั้น31 มายรีสอร์ทคอนโดมิเนียม ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เขตห้วยขวาง แขวงบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10310
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนอุดมดรุณี
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ธัญสุดา ปาณะดิษ
วันเดือนปีเกิด	9 มีนาคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดอุทัยธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1724/344 ชั้น31 มายรีสอร์ทคอนโดมิเนียม ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เขตห้วยขวาง แขวงบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10310
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนอุดมดรุณี
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	วรุณฉาย สว่างวงศ์
วันเดือนปีเกิด	29 พฤศจิกายน พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	112 ซอยรัชชมงคลประสานี 10 แขวงปากคลอง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนสตรีวัดอัมพรสวรรค์
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ศุภกร ชุมพล
วันเดือนปีเกิด	9 พฤศจิกายน พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดจันทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	15/615 ตี คอนโด ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนเบญจมราชาทิศ
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	สันต์ภพ รัชวัตร
วันเดือนปีเกิด	5 มกราคม พ.ศ.2539
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	181/91 อิศรภาพ 43 แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	โรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคม
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ