



แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ  
อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย  
A Strategic Plan for Integrated Sustainable Creative Tourism  
Development in Bangkok Thailand

เทพิน ไคร์วานิช Tepin Craivanich\*  
พยอม ธรรมบุตร Payom Dhamabutra\*\*

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ 1) ศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน มีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นหลัก และมีงานวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 32 คน จากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว การตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ตอบภาค เอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว รวม 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพที่โดดเด่นในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน และด้านการมีกิจกรรมปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาจิตใจ ในส่วนที่เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พบว่า วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาดังกล่าว ได้แก่ การพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่น ระดับนานาชาติ โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครที่มีอัตลักษณ์ และจุดขาย ตำแหน่งทางการตลาด (position) ในรูปแบบของแบรนด์ย่อย ดังนี้ แบรนด์ที่ 1 แบรนด์เที่ยวกรุงเทพมหานครอัจฉริยะ สีเขียวที่น่าอยู่ แห่งอุทยานย์ แบรนด์

\* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

\*\* อาจารย์ที่ปรึกษา

ที่ 2 เยือนกรุงเทพมหานคร เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองธุรกิจ มหกรรมบันเทิง ดนตรี กีฬา สุขภาพ การแพทย์ แปรนด์ที่ 3 เทียวกรุงเทพฯ เป็นหนึ่งกับสังคมหลากหลายวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา 24 ชั่วโมง แปรนด์ที่ 4 เยือนกรุงเทพมหานครแห่งทวยเทพ เพื่อดื่มด่ำความงดงามของศิลปวัฒนธรรมอ่อนคลาย จังหวะชีวิตสู่ความเนิบช้า และความสงบแห่งจิตใจ

**คำสำคัญ:** แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### Abstract

*The objectives of this research are 1) to study the potential of Bangkok metropolis in developing integrated sustainable creative tourism, and 2) to create strategic plan to develop creative tourism in Bangkok. The research uses mixed strategies-the qualitative as the main research while the quantitative as a supporting one. The qualitative research tools are: community-study checklist, tourism-resource audit checklist and structure, in-depth interview and focus group. Qualitative data are collected from 32 key informants coming from public sector, private sector, general public as well as the tourist sector. Data are verified and analyzed with triangulation and content analysis. A questionnaire is used to collect data from 400 respondents. The statistics used in this research are percentage, mean and standard deviation.*

*The findings reveal that 1) the 4 potentials of Bangkok are diverse tourism resources, sustainable management, people participation and green awareness activities to develop sustainability. 2) The vision of this strategic plan is to develop Bangkok to become a world outstanding creative tourism destination with 4 unique selling points (positions) in 4 brands, namely Brand No.1: visit Bangkok, a smart green city of South East Asia; Brand No.2: visit Bangkok, a city of creative economy, business center, entertainment, arts, music, sport, food, health and medical hub; Brand No.3: visit Bangkok, a 24-hour vibrant multi-cultural city and Brand No.4: visit Bangkok, “the City of Angels”*

**Key words:** Creative tourism, Strategic plan.

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดในโลก โดยองค์การท่องเที่ยวโลก ได้พยากรณ์ ว่าในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกถึง 1,800 ล้านคน (World Tourism Organization, 2015) โดยเอเชียตะวันออกเฉียง และแปซิฟิก เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่เป็นจุดหมายปลายทาง ของการท่องเที่ยว และมีผู้เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว มีการผสมผสานความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีทางวัฒนธรรมจากจีน และวัฒนธรรมอินเดีย นำมารวมกันเป็นอารยธรรมของภูมิภาคสุวรรณภูมิ มีเอกลักษณ์เฉพาะตน ทั้งสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทาง มาเพื่อการพักผ่อน และเพื่อการศึกษา (กรมการท่องเที่ยว, 2556) และหนึ่งในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยว และมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สืบเกิดได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 37.9 ล้านคน สร้างรายได้ 1.98 ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2562) แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่นำเงินตราเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้หลักเข้าประเทศ แต่การดำเนินการที่มุ่งเน้น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยมองข้ามปัญหาสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทางจิตใจ ส่งผลให้เกิดการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ขาดการบูรณาการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556) นอกจากนี้ UNWTO ได้ตั้งเป้าในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal: SDGs) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี 2573 ประเทศต่าง ๆ ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ประเทศไทยได้เริ่มมีการวางแผนเพื่อพัฒนาประเทศ ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นครั้งแรกโดยได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504-2509 ที่เน้นด้านการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อวางรากฐานในการพัฒนาประเทศ และในปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 โดยมีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์ใช้ โดยให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เน้นการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

กรุงเทพมหานครจัดเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีที่ตั้งอยู่กลางพื้นที่ จึงเป็น Hub และ Gateway สู่การท่องเที่ยวในทวีปเอเชียในภาพรวม กรุงเทพมหานครเป็นมหานครที่มีประวัติความเป็นมาถึง 238 ปี เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากทั่วโลก เพื่อลิ้มรสอาหารไทยในสตรีทฟู้ดในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามอย่างยิ่ง เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพลวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม และวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร

กรุงเทพมหานคร ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดกรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2556 ถึง 2575 ที่มีประเด็นยุทธศาสตร์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โดยมีชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการช่วยกันระดมความคิดเห็นและแนวทางร่วมกัน เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกรุงเทพฯ ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอการวิจัยในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการดำเนินการวิจัยในเล่มหลัก (Main Research) ไปแล้ว โดยการนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยสนับสนุน (Supporting Research) โดยผู้วิจัยได้นำฐานข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพในส่วนก่อนหน้ามาสร้างแบบสอบถามเพื่อนำผลจากการวิจัยไปสนับสนุนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

## กลุ่มประชากร

ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

## กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก 32 คน จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน ได้แก่ จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของคอคแรน (Cochran) (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 5% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนไป 5% เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของข้อมูลจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่คลาดเคลื่อนเท่ากับ 400 คน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม ในสัดส่วนโควตาร้อยละ 25 และทดสอบค่าความแตกต่างของกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อหาความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ One Way ANOVA เพื่อตรวจสอบว่าค่าคะแนนของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 4 กลุ่ม ว่าไม่มีความแตกต่างกันในทางสถิติและสามารถรวมกันได้

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยใช้ผลของการวิจัยเชิงคุณภาพมาเป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อคำถามและตัวเลือกคำตอบเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามเป็นคำถามให้ตัดสินใจเพื่อสอบถามความคิดเห็นด้วยเกณฑ์การตอบจากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด โดยแบ่งหัวข้อ แบบสอบถามออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร 5 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมรดก ทรัพยากรด้านกิจกรรม และทรัพยากรด้านบริการ

ตอนที่ 3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และการประชุมกลุ่มย่อย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

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

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

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

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 N แทน ขนาดของประชากร

2. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ระดับศักยภาพในการพัฒนาวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

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

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

จากนั้นนำผลการวิเคราะห์เชิงสถิติดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อภิปรายผล และนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เห็นได้จากการตรวจสอบทรัพยากร ด้านบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.75 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรรรรมและปรากฏการณ์สำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.73 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.60 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นจากการตรวจสอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.55 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 1** ตารางทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

| ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว               | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|--------------------------------------|-----------|------|-------|
| 1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ | 3.85      | 0.84 | มาก   |
| 2. ด้านบริการ                        | 3.75      | 0.74 | มาก   |
| 3. ด้านมหรรรรมและปรากฏการณ์สำคัญ     | 3.73      | 0.80 | มาก   |
| 4. ด้านกิจกรรมและปรากฏการณ์สำคัญ     | 3.73      | 0.61 | มาก   |
| 5. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม | 3.55      | 0.74 | มาก   |

ผลการประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึก โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.25 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 2** ผลการประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

| ปัจจัยบ่งชี้ด้านการท่องเที่ยว   | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล   |
|---|-----------|------|---------|
| 1. ด้านกิจกรรม การเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึก โดยรวม      | 3.86      | 0.75 | มาก     |
| 2. ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่                              | 3.80      | 0.82 | มาก     |
| 3. ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง | 3.75      | 0.77 | มาก     |
| 4. ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน                             | 3.25      | 0.72 | ปานกลาง |

ผลความคิดเห็นด้านวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ด้านวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.78 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 3** ตารางวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

| รายการ   | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
|--|-----------|------|-------|
| วิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ และ กรุงเทพมหานครจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ธุรกิจแห่งอาเซียน ซอปปิงในศูนย์ Shopping Corridor” | 3.78      | 0.80 | มาก   |

ด้านยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาตามประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.38 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน แบบบูรณาการ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการพัฒนาสินค้าทาง



วัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนมีค่าเฉลี่ย 3.31 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** ตารางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน  
ในกรุงเทพมหานคร

| รายการ  | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล     |
|---|-----------|------|-----------|
| 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน   | 4.38      | 0.77 | มากที่สุด |
| 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน   | 3.32      | 0.78 | ปานกลาง   |
| 3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้าน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน | 3.31      | 0.78 | มาก       |
| 4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน  | 3.26      | 0.81 | ปานกลาง   |

ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครชอปปิงแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการจัดรถ Shuttle Bus วิ่งรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีบริการสื่อความหมาย ไทย อังกฤษ จีน มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.63 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการจัดการขยะของ กทม. ด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขต ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.28 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

**ตารางที่ 5** ยุทธศาสตร์การพัฒนาการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

| รายการ  | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล     |
|---|-----------|------|-----------|
| <b>กลยุทธ์ที่ 1.1</b> กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร                                | 3.64      | 0.77 | มาก       |
| 1. โครงการยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นมหานครขบปึงแห่งอาเซียน บริเวณย่านสุขุมวิท สีลม สาทร ไอคอนสยาม                         | 4.45      | 0.73 | มากที่สุด |
| <b>กลยุทธ์ที่ 1.2</b> กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว   | 3.63      | 0.77 | มาก       |
| 1. โครงการจัดการขยะของกรุงเทพมหานครด้วยระบบจัดการขยะแบบหมุนเวียนขยะอินทรีย์อย่างยั่งยืน (Bio circular Green Management) | 4.37      | 0.76 | มากที่สุด |
| 2. โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมและขยะในแต่ละเขต ในกรุงเทพมหานคร  | 4.28      | 0.94 | มากที่สุด |

ด้านยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูลู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน” มีค่าเฉลี่ย 4.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยว กทม. มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ย 3.57 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomies City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food” มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานคร” แต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.18 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

**ตารางที่ 6** ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

| รายการ  | $\bar{X}$ | S.D. | แปรผล     |
|---|-----------|------|-----------|
| <b>กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน</b>                   | 3.68      | 0.79 | มาก       |
| 1. โครงการพัฒนาแบรนด์ “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก มหานครแห่งเศรษฐกิจโลก ประตูดูการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในอาเซียน”             | 4.39      | 0.74 | มากที่สุด |
| 2. โครงการสร้างแผนการตลาดของการท่องเที่ยว   | 4.29      | 0.92 | มากที่สุด |
| <b>กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ</b>   | 3.57      | 0.86 | มาก       |
| 1. โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “บางกอก มหานครแห่งครัวโลก Gastronomie City ของหลากหลายอาหาร บน Street Food”                                   | 4.40      | 0.76 | มากที่สุด |
| 2. โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว “เที่ยวบางกอก มหานคร” แต่งงานเทศกาลงานประเพณี ด้านท่องเที่ยวอาหาร ผลไม้อาหารทะเล สุขภาพ ดนตรี กีฬา และบันเทิง | 3.18      | 0.93 | ปานกลาง   |

ด้านยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม แก่ชุมชน 50 เขต มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน 50 เขตของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน พร้อมคณะกรรมการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.82 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนใน กทม. มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.26 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

## ตารางที่ 7 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

| รายการ   | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล     |
|--|-----------|------|-----------|
| <b>กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์<br/>การพัฒนากองเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน<br/>อย่างยั่งยืน</b> | 3.70      | 0.79 | มาก       |
| 1. โครงการอบรมทักษะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะ<br>วัฒนธรรม วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม แก่ชุมชน 50 เขต                                       | 4.33      | 0.82 | มากที่สุด |
| 2. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากองเที่ยวใน 50 เขต<br>ของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน  | 4.29      | 0.88 | มากที่สุด |
| <b>กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้</b>  | 3.82      | 0.83 | มาก       |
| 1. โครงการสร้างเครือข่ายพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนในกรุงเทพมหานคร  | 4.40      | 0.71 | มากที่สุด |
| 2. โครงการสร้างเครือข่าย สมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวใน<br>กรุงเทพมหานคร  | 4.26      | 1.02 | มากที่สุด |

ด้านยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิต  
ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อ  
พิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมทรรมกรุงเทพมหานคร  
ตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บ้านเทิง ประเพณีสิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม  
ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการ  
อนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อ  
สุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
มีค่าเฉลี่ย 3.49 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการ  
ท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.46 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด  
รองลงมาคือ โครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขตในกทม.  
มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 8 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

| รายการ  | $\bar{X}$    | S.D.         | แปรผล          |
|---|--------------|--------------|----------------|
| <b>กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง</b>   |              |              |                |
| 1. โครงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวมหกรรมกรุงเทพมหานคร ตลอดปี ด้านศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร กีฬา ดนตรี บันเทิง ประเพณี สิบสองเดือนของพหุวัฒนธรรม ในกรุงเทพมหานคร | 4.40         | 0.87         | มากที่สุด      |
| 2. โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารไทย ภูมิปัญญาด้านแพทย์ทางเลือกแผนไทย การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ   | 4.23         | 0.96         | มากที่สุด      |
| <b>กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</b>  |              |              |                |
| 1. โครงการท่องเที่ยวอุโบสถนั่งสมาธิ 5 นาที แก่นักท่องเที่ยวโครงการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว ใน 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร         | 4.46<br>3.39 | 0.74<br>0.58 | มาก<br>ปานกลาง |

### อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 งานวิจัยนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อ 1 ที่ตั้งไว้โดยได้มีการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร งานวิจัยได้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ 2561-2564 (กรุงเทพมหานคร, 2560, สื่อออนไลน์) โดยได้มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกำหนดโครงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการสัมพันธ์กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) มากที่สุด โดยมีหลักการด้านการกระจายอำนาจในการสร้างแผนยุทธศาสตร์ของแต่ละเขตใน 50 เขต ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ชุมชนในแต่ละเขตมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวและการนำเสนอความโดดเด่นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละเขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ พยอม ธรรมบุตร (2562) ซึ่งทำการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในเขตชุมชนบางกอกใหญ่ค้นพบศักยภาพและความพร้อมของตนเองในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตและพัฒนาเขตบางกอกใหญ่ให้เป็น

จุดหมายปลายทาง (Destination) ระดับนานาชาติ โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับการวิจัยของ รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเห็นว่า การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนที่สุด

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** งานวิจัยนี้ได้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อ 2 ที่ตั้งไว้ โดยได้มีการสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีวิสัยทัศน์ ที่จะพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่น ระดับนานาชาติ ในอนาคต 10 ปีข้างหน้า โดยมีการนำวิสัยทัศน์ดังกล่าวมาสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่มีความโดดเด่น ของอัตลักษณ์ และตำแหน่งทางการตลาด (Position) 4 ด้าน ได้แก่ 1) ตำแหน่งทางการตลาดของกรุงเทพมหานครเมืองอัจฉริยะ (Smart City) นครสีเขียว (Green City) ที่ที่น่าอยู่แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2) ตำแหน่งของการตลาดของกรุงเทพมหานคร นครแห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นครแห่งธุรกิจ มหกรรม บันเทิง ดนตรี กีฬา การท่องเที่ยวทางการแพทย์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ตำแหน่งทางการตลาดของกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งสังคมพหุวัฒนธรรมของคนหลากหลายเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ที่มีชีวิตชีวาอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง 4) ด้านตำแหน่งทางการตลาดของกรุงเทพมหานคร มหานครแห่งทวยเทพ (City of Angels) ที่มีศิลปะวัฒนธรรมอันงดงาม วิถีชีวิตที่เนิบช้า และผ่อนคลาย การปฏิบัติจิตที่นำไปสู่ความสงบภายในและปัญญา วิสัยทัศน์ในรูปของแบรนด์ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ที่มีตำแหน่งทางการตลาดที่โดดเด่น 4 ด้านดังกล่าว ทำให้กรุงเทพมหานครมีแผนที่นำทาง ที่กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต 10 ปี โดยการนำเป้าหมายของการพัฒนา คือ วิสัยทัศน์ และการสร้างแบรนด์กรุงเทพมหานครดังกล่าวมาแปลงเป็น ยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ที่ชัดเจน ครอบคลุมกลยุทธ์ 8 ด้านตอบโจทย์โครงการที่ต้องการพัฒนาเดิมโดยแปลงเป้าหมายเป็นการกระทำ (Translate good in action) และผู้วิจัยได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของ กทม. โดยเชื่อมโยงการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมไทยและการพัฒนาจิตใจเข้าไปในแผนเดียวกัน โดยนำนโยบายของ Thailand 4.0 ในภาพรวม ได้แก่ การสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ 4 ด้านดังกล่าวไปพร้อมกัน และยังสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556-2575) ที่ต้องการพัฒนากรุงเทพมหานครไปสู่วิสัยทัศน์กรุงเทพมหานคร 2575 คือ เป็นมหานครแห่งเอเชีย ซึ่งรวมถึงมหานครแห่งความปลอดภัย มหานครสีเขียว สะดวกสบาย มหานครสำหรับทุกคน มหานครแห่งเศรษฐกิจ มหานคร

กะทัดรัด มีระเบียบ มหานครประชาธิปไตย และมหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียน งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพ ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยในการสร้างรูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายทางการท่องเที่ยว อาทิ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ และควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดอื่น

### รายการอ้างอิง

- กมลชนก จันทร์เกตุ (2560). *เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2559, จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114).
- \_\_\_\_\_ (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปรีนธ์ ชิมโชติ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(1): 250-268.
- เพชรรัตน์ เพ็ชรภักดี (2563). *การท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนา*. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง. 2(2) พฤษภาคม-สิงหาคม 2563 จาก <http://So02.tei-thaijo.org/index.php>

- พยอ ม ธรรมบุดร (2562). “แนวทางการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชน บางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร”. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*. 13(2): 84-101.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต (2566). *ยุทธศาสตร์การพัฒนา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก*. กรุงเทพฯ : บัคพอยท์วิชาการ.
- รัตติยา พรหมกำลัป และพระเทพปริยัติเมธี และคณะ. (2562). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 21(1): 13-28.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย ฉบับที่ 2. (2562). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2564)*. กรุงเทพฯ: ภารกิจการเผยแพร่และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการท่องเที่ยว.
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผลกรุงเทพมหานคร *แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ระยะที่ 2. (2561-2565). ยุทธศาสตร์ที่ 6. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/planing/developemnt2.pdf>*
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2562, จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_w3c/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6422](https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=6422)*