

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การสร้างความมั่งคั่งของแต่ละประเทศเกิดจากการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้มีอันดับที่ดีที่สุด ซึ่งบ่งบอกถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นในตลาดโลกของประเทศนั้น ๆ ทั้งนี้ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันที่มุ่งพัฒนาอันดับทางการแข่งขันให้มีอันดับที่ดีขึ้น โดยจากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันจากสถาบันการศึกษานานาชาติ (IMD) ในปี พ.ศ. 2560 นั้น ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 27 จาก 63 ประเทศทั่วโลกและอยู่อันดับที่ 8 ของเอเชียและแปซิฟิก (International Institute for Management Development: IMD, 2017) อีกทั้งยังได้รับการจัดอันดับด้านการเป็นประเทศที่มีการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจโลกดีขึ้น 2 อันดับ ในปี พ.ศ. 2560 จาก World Economic Forum โดยอยู่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศทั่วโลกและอยู่ในอันดับที่ 10 ของเอเชียและแปซิฟิก (World Economic Forum: WEF, 2017) อนึ่ง หนึ่งในเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความสามารถทางการแข่งขันของประเทศนี้พิจารณาจากความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศที่สามารถเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศตามสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ซึ่งได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรม 5 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ (43.2 %) กลุ่มกระดาษและวัสดุการพิมพ์ (39.5%) กลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์ (33.5%) กลุ่มยานยนต์ (30.8%) และกลุ่มการท่องเที่ยวและสันทนาการ (27.6%) (ชัยพร น้อมพิทักษ์เจริญ, 2561)

ความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก (Wildjunkt, 2017) สร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 1.824 ล้านล้านบาท (Ministry of Tourism & Sports, 2017) นอกจากนี้ยังถูกจัดอันดับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ที่อันดับ 34 จาก 136 ประเทศทั่วโลกและอยู่อันดับ 3 ของกลุ่มประเทศอาเซียนและอยู่อันดับที่ 10 ของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกในปี 2560 อีกด้วย (Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI, 2017) ทั้งนี้ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 ใน 5 ภูมิภาคของโลกอีกด้วย จำนวน 324 ล้านคน (United Nations World Tourism Organization: UNWTO, 2018) ความสามารถทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดังกล่าวส่งผลให้เศรษฐกิจนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ ซึ่งส่งผลดีต่อการค้าและการลงทุนโดยรวมของประเทศ เช่น การลงทุนในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก โรงแรม ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ทำให้เกิดการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคอันส่งผลให้ประชาชนในประเทศมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวไทยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ซึ่งภาคใต้มีความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด (ตารางที่ 1.1) เพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถึง 13.08 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 3.12 แสนล้านบาท โดยจังหวัดภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมไปเที่ยวมากที่สุดในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปเที่ยวน้อยที่สุดเพียง 0.81 แสนคน สร้างรายได้ 1.88 พันล้านบาท โดยมีจังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่มีความสามารถทางการแข่งขันมากที่สุด (Tourism Council of Thailand, 2017) ในการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาในจังหวัดได้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวน้อยกว่าภาคอื่น ๆ แต่ภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีความโดดเด่นด้านความหลากหลายของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต นอกจากนี้ยังอุดมไปด้วยธรรมชาติที่สวยงามและเป็นแหล่งรวมอารยธรรมโบราณนับพันปีที่เปี่ยมคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความสวยงามที่น่าสนใจหลายแห่ง จนกระทั่งสำนักข่าว CNN ได้ยกย่องให้ภาคอีสานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุด 1 ใน 17 แหล่งท่องเที่ยวของโลกในปี 2560 โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสามพันโบกของจังหวัดอุบลราชธานีติดอันดับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวด้วย (CNN Travel, 2017) กระนั้นก็ตาม ภาคอีสานยังคงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวน้อยที่สุดทั้งที่มีสายการบินที่หลากหลายที่ให้บริการจากสนามบินทั้งหมด 8 สนามบินในจังหวัดต่าง ๆ คือ จังหวัดอุบลราชธานี อุรธานี บุรีรัมย์ ขอนแก่น นครพนม เลย สกลนคร และร้อยเอ็ด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไตรมาสที่ 2 ปี 2560

ภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ล้านคน)	รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (แสนล้านบาท)	จังหวัดที่นิยมไปมากที่สุด
ใต้	13.08	3.12	ภูเก็ต
กลาง	12.97	2.37	กรุงเทพมหานคร
ตะวันออก	5.26	1.01	ชลบุรี
เหนือ	2.36	0.21	เชียงใหม่
ตะวันตก	0.95	7.93 (พันล้าน)	ประจวบคีรีขันธ์
ตะวันออกเฉียงเหนือ	0.81 (แสนคน)	1.88 (พันล้าน)	หนองคาย

ที่มา: Tourism Council of Thailand (2017)

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานที่มีจุดเชื่อมต่อกับพรมแดนกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชา รวมทั้งในจังหวัดใกล้เคียง คือ จังหวัดศรีสะเกษ

ยโสธร และอำนาจเจริญ ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางทางด้านคมนาคม โดยเฉพาะการเดินทางมาโดยเครื่องบินที่มีความสะดวกรวดเร็ว เพราะมีท่าอากาศยานอุบลราชธานีจำนวน 1 แห่ง มีสายการบินให้บริการทั้งหมด 4 สายการบินคือ ไทยสมายล์ นกแอร์ ไลอ้อนแอร์ และแอร์เอเชีย และมีจำนวนเที่ยวบินไป – กลับ อุบลราชธานี - กรุงเทพฯ ถึง 21 เที่ยวบินต่อวัน (Ubon Airport, 2017) ซึ่งจากความสะดวกสบายด้านการเดินทางดังกล่าวทำให้ในปี 2560 มีชาวต่างชาติเดินทางมาจังหวัดอุบลราชธานีมากเป็นอันดับที่ 4 ของภาคอีสาน โดยมีจำนวนมากถึง 162,998 คน สร้างรายได้กว่า 530.17 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 จำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2560

อันดับที่	จังหวัด	จำนวนชาวต่างชาติ (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
1	หนองคาย	587,262	763.16
2	นครราชสีมา	182,778	736.4
3	มุกดาหาร	175,244	336.29
4	อุบลราชธานี	162,998	530.17
5	อุดรธานี	131,548	575.24

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

จะเห็นได้ว่าจังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากที่สุดในภาคอีสาน เนื่องจากมีสิ่งดึงดูดทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรที่สร้างขึ้น เช่น น้ำตกธารทอง น้ำตกธารทิพย์ สกายวอล์ค (Sky Walk) พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำหนองคาย อนุสาวรีย์ปราบฮ่อ ศาลาแก้วกู่ วัดผาดอกเสื่อ วัดโพธิ์ชัย มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 1 เชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอินโดจีน เป็นต้น (จังหวัดหนองคาย, 2561) นอกจากนี้ยังมีสภาพภูมิอากาศเย็นในช่วงหน้าหนาว มีทะเลหมอกและทิวทัศน์ที่สวยงามที่เป็นจุดเด่นน่าสนใจ อีกทั้งยังมีการอำนวยความสะดวก และการบริหารจัดการที่ดีที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวมากที่สุดในภาคอีสาน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจังหวัดอุบลราชธานีสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้น้อยกว่า เป็นอันดับที่ 4 แต่จังหวัดอุบลราชธานีก็ยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคม มีเส้นทางเชื่อมต่างไปยังประเทศเพื่อนบ้าน มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่น่าสนใจ เช่น อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ แม่น้ำสองสี น้ำตกแสงจันทร์ น้ำตกสร้อยสวรรค์ สามพันโบก วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว เป็นต้น ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีได้มากขึ้น

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้จังหวัดอุบลราชธานียังสามารถที่จะพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวให้มีลำดับที่สูงขึ้นได้อีกเพื่อให้อยู่ระดับที่สูงที่สุดในภาคอีสาน เพื่อสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาในจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้น ในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นได้ มากกว่าสถิตินักท่องเที่ยวพักในจังหวัดอุบลราชธานีเฉลี่ยอยู่ที่ 2 วัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ดังนั้นการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะ

สามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับภูมิภาคอันจะสามารถช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 12 คน (Boddy, 2016) โดยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) (ชาย โพธิสิตา, 2554: 239-244)

1.3.3 วิธีการดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) (ชาย โพธิสิตา, 2554: 239-240)

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ศึกษากรณีมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โมเดลความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) โดยมีทั้งหมด 5 ปัจจัยหลัก (Ritchie & Crouch, 2003: 60-77) ได้แก่

1.3.4.1 ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors)

1.3.4.2 ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources)

1.3.4.3 นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development)

1.3.4.4 การจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management)

1.3.4.5 ปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants)

1.3.5 ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 25 เดือน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 หน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สำนักงานธุรกิจนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น สามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการพิจารณาวางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอนาคตได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีอย่างยั่งยืนได้

1.4.2 หน่วยงานหรือองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น สามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

1.4.3 หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา เช่น สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นต้น สามารถนำข้อมูลไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้

1.4.4 ผู้ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและโดยอ้อมหรือผู้ที่กำลังจะเริ่มทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรม ร้านอาหาร บาร์ ร้านนวดสปา เป็นต้น สามารถนำข้อมูลไปประกอบการพัฒนาหรือสร้างธุรกิจได้

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้นในระยะเวลายาวนานขึ้น ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1.5.1.1 ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors) หมายถึง สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น กิจกรรม และการที่นักท่องเที่ยวมีคนรู้จักหรือมีความสัมพันธ์กับคนที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี

1.5.1.2 ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources) หมายถึง การที่จังหวัดอุบลราชธานีมีการบริการสาธารณะการเข้าถึงจังหวัดอุบลราชธานีและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การอำนวยความสะดวกในด้านที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม บาร์ ผับ สวนสาธารณะ การช้อปปิ้ง และการให้การต้อนรับให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.5.1.3 นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผน และพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development) หมายถึง มุมมองด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้จังหวัดอุบลราชธานีมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาในด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านการตลาด เป็นต้น

1.5.1.4 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) หมายถึง การทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ของข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการ สื่อสารช่วยเหลือ ให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.5.1.5 ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants) หมายถึง จุดหมายปลายทางการเดินทางต่อไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความปลอดภัยและความมั่นคง ความรู้สึกถึงความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

1.5.2 การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาที่จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัด เพื่อเยี่ยมครอบครัว ญาติหรือคนรู้จัก เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ พบปะกับคนใหม่ ๆ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Foreign Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาในจังหวัดอุบลราชธานี ที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ โดยมีระยะเวลาอยู่ในจังหวัดอย่างน้อย 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่เกิน 90 วัน และไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างค่าตอบแทน โดยเป็นบุคคลที่บรรลุนิติภาวะแล้ว

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี