

## บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ศึกษากรณี มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
  - 2.1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรที่สร้างขึ้น
  - 2.1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และเทศกาล
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประกอบไปด้วย
  - 2.2.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน
  - 2.2.2 แนวคิดของ International Institute for Management Development (IMD)
  - 2.2.3 แนวคิดของ World Economic Forum (WEF)
  - 2.2.4 แนวคิดของ Michael E. Porter
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Tourism) ประกอบไปด้วย
  - 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
  - 2.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
  - 2.3.3 ความหมายของนักท่องเที่ยว
  - 2.3.4 ประเภทของการท่องเที่ยว
  - 2.3.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย
  - 2.4.1 แนวคิดของ Crouch & Ritchie
  - 2.4.2 แนวคิดของ Dwyer & Kim
  - 2.4.3 แนวคิดของ Ritchie & Crouch
  - 2.4.4 แนวคิดของ Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 2.1 แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่เต็มไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ประเพณีดั้งเดิม เป็นจังหวัดใหญ่ชายแดนที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นเมืองเก่าที่ เจริญมานับร้อยปี เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน มีประเพณีทางพุทธศาสนาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มา เยือนอุบลราชธานี โดยแบ่งท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 2.1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรที่สร้างขึ้น

2.1.1.1 แก่งสะพือ เป็นแก่งที่สวยงามอยู่ในแม่น้ำมูล ในเขตอำเภอพิบูลมังสาหาร ห่างจากตัวจังหวัดอุบลราชธานีประมาณ 45 กิโลเมตร เป็นแก่งที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี จะมีหินน้อยใหญ่สลับซับซ้อน กระแสน้ำไหลผ่านกระทบหิน แล้วเกิดเป็นฟองขาว มีเสียงดังตลอดเวลา ช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูร้อน จะมีผู้นิยมไปเที่ยวกันมาก เพราะเวลาน้ำจะลดทำให้เห็นแก่งได้ชัดเจนและสวยงาม (วรรณ วรชวีนิช, 2539: 478)

2.1.1.2 อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เป็นแก่งกลางน้ำมูลที่ใหญ่ที่สุด อยู่ในท้องที่ตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม และตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี (วรรณ วรชวีนิช, 2539: 226) เดิมชื่อว่าอุทยานแห่งชาติหินกอง ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2524 มีเนื้อที่ประมาณ 50,000 ไร่ แก่งตะนะจะมีสายน้ำเชี่ยวและลึก ทั้งยังมีถ้ำใต้น้ำหลายแห่ง จึงทำให้ปลาบริเวณแก่งตะนะชุกชุม

2.1.1.3 แม่น้ำสองสี เป็นแม่น้ำนี้อยู่ที่อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นบริเวณที่แม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกับแม่น้ำโขง ทำให้เกิดสีแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน คือแม่น้ำโขงมีสีน้ำตาลอ่อน (สีชา) ส่วนแม่น้ำมูลมีสีชาแกมเขียว นิยมพูดกันติดปากว่า “โขงสีปูนมูลสีคราม” จุดที่สามารถมองเห็นแม่น้ำสองสีได้อย่างชัดเจนคือ บริเวณลาดริมฝั่งแม่น้ำมูล แม่น้ำโขงหน้าวัดโขงเจียม และบริเวณบางส่วนของบ้านห้วยหมากใต้ ในเดือนเมษายนจะเป็นเดือนที่เห็นสีน้ำได้ชัดเจนที่สุด และบริเวณใกล้เคียงมีบริการเรือพาล่องชมทัศนียภาพสองฝั่งแม่น้ำ หรือซื้อของที่ระลึกที่ตลาดหมู่บ้านในฝั่งประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอีกด้วย (วรรณ วรชวีนิช, 2539: 226)

2.1.1.4 เสาเฉลียง เป็นหินตั้งซ้อนกันโดยธรรมชาติ มีลักษณะคล้ายดอกเห็ด ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 2112 ซึ่งห่างจากที่ว่าการอำเภอโขงเจียมประมาณ 11 กิโลเมตร บนเส้นทางที่ผ่านไปยังผาแต้ม (วรรณ วรชวีนิช, 2539: 226)

2.1.1.5 อุทยานแห่งชาติภูจอง - นายอย ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 53 ของประเทศไทย เป็นอุทยานที่มีป่าไม้ร่มรื่น มีน้ำตก แอ่งน้ำ และถ้ำลอด โดยมีพื้นที่ที่ติดต่อกับประเทศลาว และประเทศกัมพูชา จึงมีการขนานนามที่แห่งนี้เป็น “สามเหลี่ยมมรกต” นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ป่าส่วนหนึ่งอยู่ในแนวเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งมีป่าเบญจพรรณ และป่าเต็งรังที่หนาแน่นสมบูรณ์ เป็นวนอุทยานที่มีสภาพธรรมชาติที่สวยงามมากแห่งหนึ่งของเมืองไทย ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากอำเภอนาจะหลวยประมาณ 4 กิโลเมตร (ท่องเที่ยวไทย, 2561)

2.1.1.6 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีลักษณะเด่นที่ภาพเขียนสีภูมิประเทศโดยรอบสวยงาม ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 74 ของประเทศ มีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสูงต่ำสลับกันไปทั่วพื้นที่ ติดกับประเทศลาว ซึ่งมีแม่น้ำโขงเป็นแนวเขตโดยตลอดความยาวประมาณ 63 กิโลเมตร สภาพพื้นที่โดยรวมเป็นลานหิน รอบแนวเขตถัดจากฝั่งแม่น้ำโขงจะเป็นหน้าผาสูงชัน (ท่องเที่ยวไทย, 2561)

2.1.1.7 สามพันโบก ซึ่งคำว่า “โบก” แปลว่า “แอ่ง” “สามพันโบก” จึงหมายถึงร่องหินหรือสภาพของหินที่เป็นหลุมหรือแอ่งจำนวนสามพันหลุม เป็นกลุ่มหินทรายที่ถูกกระแสน้ำธรรมชาติ กัดเซาะผ่านกาลเวลามานานหลายพันปี จนเกิดเป็นร่องหินขนาดใหญ่สูง 3-7 เมตร กว้างเป็นสิบเมตร กลายเป็นโบกงาม ๆ แปรกต่างจำนวนนับไม่ถ้วนกระจายอยู่บนพื้นผิวของลานหิน

ในระแวกนี้ กินพื้นที่เลยบริเวณแม่น้ำโขงทั้งฝั่งไทยและลาว แก่งหินสามพันโบกนี้ตั้งอยู่ที่บ้านโป่งเป่า ตำบลเหล่างาม อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี (ท่องเที่ยวไทย, 2561)

2.1.1.8 หาดคูเตีอ เป็นหาดทรายริมฝั่งแม่น้ำมูล อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร ตามถนนเลี่ยงเมือง (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 24) บริเวณหาดมีแพของชาวบ้านเป็นจำนวนมาก ให้บริการในเรื่องอาหารเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวที่มักจะหลบลมร้อนไปสู่ความร่มรื่นของธรรมชาติ ในฤดูแล้งจะเห็นทรายขาวและอากาศเย็นสบาย (เที่ยวอีสาน, 2561)

2.1.1.9 เขื่อนสิรินธร เป็นเขื่อนอนกประสงค์อีกแห่งหนึ่งของภาคอีสาน เขื่อนนี้จะสร้างกั้นลำโดมน้อย ในเขตอำเภอสิรินธร ชาวบ้านทั่วไปมักเรียกว่า “เขื่อนโดมน้อย” ซึ่งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 74 กิโลเมตร สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2514 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า “เขื่อนสิรินธร” อำนวยการประโยชน์ด้านชลประทาน การประปา การคมนาคมทางน้ำ และการผลิตกระแสไฟฟ้า แล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดภายในบริเวณเขื่อน ได้มีการจัดสวนที่มีพันธุ์ดอกไม้นานาชนิด สำหรับให้เที่ยวชมเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ (เที่ยวอีสาน, 2561)

2.1.1.10 น้ำตกलगรู หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า น้ำตกแสงจันทร์ ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ต.นาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี เป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียง น้ำที่พุ่งพวยจากหินเหนือเพิงถ้ำ มองดูคล้ายแสงจันทร์สาดส่องลงมายังพื้นด้านล่าง และเมื่อสายน้ำกระทบสู่ผืนน้ำเบื้องล่าง กระจายตัวเป็นรูปหัวใจสีขาวน่าอัศจรรย์ (อีดีทีไกด์, 2561)

2.1.1.11 ผาชนะได จุดชมพระอาทิตย์ขึ้นก่อนใครในสยาม และเป็นจุดที่ทางกรมอุตุนิยมวิทยาใช้เป็นจุดคำนวณเวลาพระอาทิตย์ ที่ผาชนะไดหากต้องการชมพระอาทิตย์ขึ้นจะต้องเดินทางด้วยรถกระบะขึ้นมาค้างแรมบนเขา เวลาจะขึ้นควรขึ้นก่อนเวลา 15:00 น. หรือ 15:00 น. เพราะเส้นทางสูงชันและลำบากมาก โดยเฉพาะหากเดินทางหลังเวลา 16:00 น. เป็นต้นไป เมื่อถึงบนเขาเริ่มมืดจะมองไม่เห็นเส้นทาง หากผู้ไม่ชำนาญทางสามารถติดต่อรถรับจ้างจากองค์การบริหารส่วนตำบลนาโพธิ์กลาง (ทัวร์ออนไทย, 2561)

2.1.1.12 ช่องเม็ก เป็นจุดผ่านแดนไทย - ลาว ในเขตอำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจุดผ่านแดนจุดเดียวในภาคอีสานที่สามารถเดินทางไปประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทางพื้นดินในขณะที่จุดอื่นจะต้องข้ามลำน้ำโขง ช่องเม็กห่างจากจังหวัดอุบลราชธานี ประมาณ 90 กิโลเมตร (จามร วงศรีแก้ว, 2553)

2.1.1.13 หาดพิทยาน้อย จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บริเวณริมอ่างเก็บน้ำเขื่อนสิรินธร จากวารินชำราบมาตามถนนสถิตนิมานกานต์ ระยะทาง 62 กิโลเมตร ลักษณะของพื้นที่เป็นพื้นทรายกว้างและยาวเข้าไปถึงกลางน้ำ จึงมีคนมาเปิดร้านอาหาร รีสอร์ท ร้านกาแฟมากมาย มีแพกลางน้ำให้บริการ ในฤดูน้ำน้อยระดับน้ำเหนือเขื่อนสิรินธรจะต่ำลงมาก (เที่ยวอีสาน, 2561)

2.1.1.4 ทุงศรีเมือง เป็นลักษณะคล้ายสนามหลวง เป็นสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกาย และที่สำคัญมีอนุสาวรีย์พระปฐมวราชสุริยวงศ์ (ท้าวคำผง) ซึ่งเป็นผู้สร้างเมืองอุบลราชธานี (อีดีทีไกด์, 2561)

## 2.1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และเทศกาล

2.1.2.1 ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี เป็นสถานที่ที่ผู้คนเดินทางมากราบไหว้เพื่อความ เป็นสิริมงคล ซึ่งตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของทุ่งศรีเมือง และอยู่ด้านทิศเหนือของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ถนนศรีณรงค์ (เที่ยวอีสาน, 2561).

2.1.2.2 วัดทุ่งศรีเมือง เป็นวัดเก่าแก่ สร้างขึ้นประมาณต้นสมัยรัชกาลที่ 3 ตั้งอยู่ ถนนหลวง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี สร้างขึ้นในสมัยพระบาท สมเด็จพระนั่งเกล้า เจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 มีหอพระพุทธรูปเป็นอุโบสถที่พระสงฆ์ใช้ทำสังฆกรรม มีลักษณะของศิลปะ แบบรัตนโกสินทร์ตอนต้น และศิลปะเวียงจันทน์ผสมอยู่ด้วย ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังทุกด้าน และ ภายในวัดยังมีหอพระไตรปิฎก เป็นหอที่สร้างด้วยไม้ตั้งอยู่กลางสระน้ำ เป็นที่เก็บรักษาพระไตรปิฎก มีลักษณะเป็นศิลปะผสมระหว่างไทย พม่า และลาว (อิตีทีไกด์, 2561)

2.1.2.3 วัดหลวง ถือว่าเป็นวัดแรกของเมืองอุบลราชธานี และถือได้ว่าเป็นวัดประจำเจ้า เมืองอุบลราชธานีคนแรก นั่นก็คือ ท้าวคำผง และได้สร้างโบสถ์หลังใหม่แบบเมืองหลวงขึ้น ตั้งอยู่ถนน พรหมเทพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จ.อุบลราชธานี (อิตีทีไกด์, 2561)

2.1.2.4 วัดศรีอุบลรัตน์ (วัดศรีทอง) ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี ถนนอุปราชา สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2398 สร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองคือ “พระแก้วบุษราคัม” เป็นพระพุทธรูปปฏิมากรปางมาร วิชัยสมัยเชียงแสนแกะสลักจากแก้วบุษราคัม (จามร วังศรีแก้ว, 2553)

2.1.2.5 วัดหนองบัว หรือที่เรียกกันว่า พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ตั้งอยู่ถนนธรรมวิถี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ห่างจากศาลากลางจังหวัดไปทางด้านทิศเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2498 ภายในวัดมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ คือ พระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ จำลองแบบ มาจากเจดีย์ที่พุทธคยา ประเทศอินเดีย เป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ รอบองค์พระธาตุ เป็นกำแพงแก้ว (เที่ยวอีสาน, 2561)

2.1.2.6 วัดถ้ำคูหาสวรรค์ ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 2222 ก่อนถึงอำเภอโขงเจียม ประมาณ 3 กิโลเมตร วัดนี้ก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดยหลวงปู่คำคณิง จุลมณี ซึ่งใช้เป็นที่พักปฏิบัติ ธรรมจำพรรษา ปัจจุบันหลวงปู่ท่านได้มรณภาพแล้ว แต่ร่างกายของท่านไม่เน่าเปื่อย บรรดาลูกศิษย์ ได้เก็บร่างของท่านไว้ในโลงแก้วเพื่อบูชา นอกจากนี้บริเวณวัดมีจุดชมวิวิสามารถมองเห็นทัศนียภาพ ของลำน้ำโขงและฝั่งลาวได้อย่างชัดเจน (ทัวร์ออนไทย, 2561)

2.1.2.7 วัดมหาวนาราม ตั้งอยู่บนถนนสรรพสิทธิ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานีหรือที่ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า “วัดป่าใหญ่” เป็นวัดเก่าแก่และถือว่าเป็นวัดคู่บ้านคู่เมือง ของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่ประดิษฐานพระเจ้าใหญ่อินทร์แปลง พระพุทธรูปขนาดใหญ่ที่เป็น พระพุทธรูปปางมารวิชัย (อิตีทีไกด์, 2561)

2.1.2.8 วัดสุปฏิหารามารวิหาร สร้างในปี พ.ศ.2396 ตั้งอยู่บนถนนสมเด็จ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นวัดธรรมยุติกวัดแรกของจังหวัดอุบลราชธานี สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4 มีพระอุโบสถที่เป็นสถาปัตยกรรมแบบผสมผสาน หลังคาเป็นแบบไทยภาคกลาง มีช่อฟ้า ไบระกา หางหงส์ ซึ่งเป็นอิทธิพลมาจากจีน และเวียดนาม ตัวอาคารเลียนแบบตะวันตก ส่วนฐานเป็นแบบเขมร (ไกด์อุบล, 2561)

2.1.2.9 วัดสระประสานสุข หรือวัดบ้านนาเมือง ตั้งอยู่ที่บ้านนาเมือง ตำบลไร่น้อย อำเภอเมือง ห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร ด้านทิศเหนือของสนามบิน เป็นวัดที่มีพระอุโบสถสร้างเป็นรูปเรือสุพรรณหงส์ประดับตกแต่งด้วยเซรามิค นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่น่าสนใจ ได้แก่ หอระฆังประดับเซรามิค พิพิธภัณฑสถานหลวงปู่บุญมี และวิหารกลางน้ำเรือธรรมนาคราช หรือที่เรียกกันว่าวิหารกลางน้ำ ที่สร้างไว้กลางน้ำบนพญานาคราชรูปร่างคล้ายเรือ ส่วนหัวเป็นพญานาคราช 5 เศียร ทางเดินเข้าวิหารกลางน้ำเป็นทางเดินด้านหางนาคราช (ทัวร์ออนไทย, 2561)

2.1.2.10 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ตั้งอยู่บนถนนเขื่อนธานีตัดกับถนนอุปราชา อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นที่ทำการศาลากลางจังหวัด เป็นอาคารปั้นหยาดชั้นเดียว สร้างเมื่อ พ.ศ. 2461 ต่อมาทางจังหวัดได้มอบอาคารหลังนี้ให้กรมศิลปากร เพื่อจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ภายในมีการจัดแสดงเรื่องราวท้องถิ่น ได้แก่ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ประวัติการตั้งเมือง โบราณวัตถุซึ่งเป็นหลักฐานทางด้านศิลปโบราณคดี ทัศนกรรมพื้นบ้าน การละเล่นพื้นเมือง และเครื่องใช้ของเจ้าเมืองอุบล ซึ่งนับได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑที่สมบูรณ์แบบแห่งหนึ่ง เปิดทำการวันพุธถึงวันอาทิตย์ เวลา 09.00 - 16.00 น. (ทัวร์ออนไทย, 2561)

2.1.2.11 วัดหนองป่าพง เป็นวัดที่องค์หลวงปู่ชา สุภัทโท (พระโพธิญาณเถระ) ได้บุกเบิกปรับปรุงให้เป็นที่ปฏิบัติธรรม และได้จัดตั้งขึ้นเป็นสำนักสงฆ์ และเป็นวัดในเวลาต่อมาภายในบริเวณวัดเจียบ ร่มรื่น สวยงาม เหมาะแก่การนั่งวิปัสสนากัมมัฏฐาน และบำเพ็ญศาสนกิจ ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2497 วัดแห่งนี้เป็นต้นแบบของวัดป่าสายหลวงปู่ชาก็กว่า 100 แห่ง ทั้งในและต่างประเทศ บริเวณวัดมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจคือ พิพิธภัณฑพระโพธิญาณเถระ (ชา สุภัทโท) เป็นอาคารที่จัดแสดงเครื่องอัฐบริขารและหุ่นขี้ผึ้งของหลวงปู่ชา สุภัทโท ซึ่งวัดนี้ตั้งอยู่ตำบลโนนโพน อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี บริเวณวัดมีเนื้อที่ประมาณ 186 ไร่เศษ (ทัวร์ออนไทย, 2561)

2.1.2.12 วัดสิรินธรวราราม ภูพร้าว ที่อำเภอสิรินธร จ.อุบลราชธานี เป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมสวยงาม ซึ่งตั้งอยู่ อำเภอสิรินธร จ.อุบลราชธานี ก่อนช่องเม็ก ประมาณ 5 กิโลเมตร หากมาจากทางอำเภอพิบูลมังสาหาร วัดจะมีจุดเด่น คือ ต้นกล้วยพฤษ์เรืองแสง ที่เป็นฝีมือการออกแบบของช่างคุณากร ปริญญาบุญโณ ผู้ลงมือตัดโมเสกแต่ละชิ้นด้วยตัวเอง (อุบลทาวน์, 2561)

2.1.2.13 งานประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นช่วงกลางเดือนเมษายน ณ บริเวณทุ่งศรีเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี โดยมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ พิธีสงฆ์พระแก้วบุษราคัม ขบวนแห่พระแก้วบุษราคัม การออกร้านสาธิตและจำหน่ายอาหาร (จามร วังศรีแก้ว, 2553)

2.1.2.14 ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนา ของชาวจังหวัดอุบลราชธานี โดยกำหนดให้จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และแรม 1 ค่ำเดือน 8 ของทุกปี มีการประกวดต้นเทียน สำหรับต้นเทียนที่ส่งเข้าประกวดมี 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และประเภทแกะสลัก และจะมีขบวนแห่อันวิจิตรตระการตาแล้วยังมีนางฟ้าประจำต้นเทียนจากคุ้มวัดต่าง ๆ อีกด้วย การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เป็นงานระดับชาติ ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมงานกันเป็นจำนวนมากทุกปี (จามร วังศรีแก้ว, 2553)

จากเนื้อหาที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีถือเป็นทรัพยากรที่มีปรากฏอยู่ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีซึ่งถูกนำมาใช้ในการท่องเที่ยว โดยทรัพยากรเหล่านี้แบ่ง

ออกเป็นทรัพยากรที่ธรรมชาติสร้างขึ้นและที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด ทั้งนี้การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันเพื่อประกอบการศึกษา

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

### 2.2.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

ในปัจจุบันมีสถาบันชั้นนำที่จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับใช้กันทั่วโลกอยู่ 2 สถาบัน คือ สถาบันการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development) และเว็ลด์ อีโคโนมิก ฟอรัม (World Economic Forum) จัดทำขึ้นเพื่อกระตุ้นให้คนหรือองค์กรใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพสูงสุดเพราะทรัพยากรมีจำกัด ในขณะที่ความต้องการของผู้คนมีไม่จำกัด และประชากรของโลกก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงมีวิธีการจัดอันดับแตกต่างกันไปตามดัชนีวัดค่าด้านต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อสะท้อนความสามารถในการแข่งขันของประเทศสมาชิกที่ตนเองจัดอันดับ (บุษกรณ์ ลีเจี้ยวระระ, 2559) โดยมีสถาบันและนักวิจัยได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันไว้ดังนี้

บุษกรณ์ ลีเจี้ยวระระ (2559) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง การที่บริษัทหรือประเทศสามารถสนองความต้องการด้านการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือบริการด้วยราคาและคุณภาพที่ดีกว่าหากเปรียบเทียบกับผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายอื่น และได้ผลตอบแทนเป็นกำไรที่คุ้มค่าเพียงพอต่อปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ลงทุนไป

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558) กล่าวว่าไว้ว่า ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของประเทศในการสร้างและรักษาภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการเสริมสร้างและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศซึ่งจะนำไปสู่ความมั่งคั่งในระยะยาว

International Institute for Management Development (2017 อ้างถึงใน ธมกร ธาราศรีสุทธิ, 2554) ได้ให้ความหมายความสามารถในการแข่งขันว่า หมายถึง สภาพแวดล้อมของประเทศที่สร้างความยั่งยืนให้กับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ

World Economic Forum (2017 อ้างถึงใน ธมกร ธาราศรีสุทธิ, 2554) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันว่า หมายถึง ชุดของสถาบัน นโยบาย และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความสามารถในการผลิตของประเทศหนึ่ง ๆ

Hamalainen (2003) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันว่า หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน 3 ด้าน คือ ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านประสิทธิภาพของกระบวนการการทำงานขององค์กร (Process) และด้านผลลัพธ์จากการแข่งขัน (Output)

Porter (1990) ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันว่า หมายถึง ความสามารถในการใช้ทุนของมนุษย์ ทุนกายภาพและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อสินค้าและบริการ และการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต

ดังนั้น ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด เช่น เกิดผลกำไร และส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ

## 2.2.2 แนวคิดของ International Institute for Management Development (IMD)

แนวคิดของ International Institute for Management Development (2017) เป็นสถาบันที่จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยจะเผยแพร่ผ่านหนังสือรายงาน IMD World Competitiveness Yearbook ในทุก ๆ ปี จากการจัดอันดับ 63 ประเทศทั่วโลกโดยใช้ตัวชี้วัดทั้งหมด 261 ชี้วัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มปัจจัยหลัก ดังนี้

### 2.2.2.1 สภาวะเศรษฐกิจ (Economic Performance)

- 1) ด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ (Domestic Economy)
- 2) ด้านการค้าระหว่างประเทศ (International Trade)
- 3) การลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment)
- 4) การจ้างงาน (Employment)
- 5) ด้านระดับราคาและค่าครองชีพ (Prices)

### 2.2.2.2 ประสิทธิภาพของภาครัฐ (Government Efficiency)

- 1) ด้านการคลังภาครัฐ (Public Finance)
- 2) ด้านนโยบายภาษี (Tax Policy)
- 3) ด้านกรอบการบริหารภาครัฐ (Institutional Framework)
- 4) ด้านกฎหมายด้านธุรกิจ (Business Legislation)
- 5) ด้านกรอบการบริหารด้านสังคม (Societal Framework)

### 2.2.2.3 ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency)

- 1) ด้านผลิตภาพและประสิทธิภาพ (Productivity & Efficiency)
- 2) ด้านตลาดแรงงาน (Labor Market)
- 3) ด้านการเงิน (Finance)
- 4) ด้านการบริหารจัดการ (Management Practices)
- 5) ด้านทัศนคติและค่านิยม (Attitudes & Values)

### 2.2.2.4 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

- 1) ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน (Basic Infrastructure)
- 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (Technological Infrastructure)
- 3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ (Scientific Infrastructure)
- 4) ด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม (Health & Environment)
- 5) ด้านการศึกษา (Education)

ดังนั้นความสามารถในการแข่งขันจากสถาบัน IMD หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันในการบริหารพัฒนาของแต่ละประเทศผ่าน 4 ปัจจัยหลักซึ่งประกอบไปด้วย สภาวะเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของภาครัฐ ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน

### 2.2.3 แนวคิดของ World Economic Forum (WEF)

การจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (World Economic Forum, 2017) ได้เป็นอีกหนึ่งองค์กรของโลกที่ริเริ่มในเรื่องการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศ เพื่อวัดความสามารถในการทำงานของสถาบันต่าง ๆ วัดความสามารถในนโยบายของประเทศ และปัจจัยที่ทำให้เศรษฐกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) โดยการเผยแพร่ผ่านรายงาน Global Competitiveness ในทุก ๆ ปี จากการจัดอันดับ 138 ประเทศทั่วโลก โดยใช้ตัวชี้วัด 114 ตัว ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวสามารถจำแนกออกได้เป็น 12 เสาหลัก (Pillars) และภายใต้ทั้ง 12 เสาหลักนี้ สามารถจำแนกออกเป็นดัชนีองค์รวม 3 กลุ่ม (พรกนก วิภูษณวรรณ, 2560) ดังนี้

#### 2.2.3.1 กลุ่มดัชนีพื้นฐาน (Basic Requirement)

- 1) สถาบัน (Institution)
- 2) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)
- 3) ความมั่นคงของเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic Stability)
- 4) สุขภาพและการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Health & Primary Education)

#### 2.2.3.2 กลุ่มดัชนีการเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency Enhancers)

- 1) การศึกษาและการอบรมขั้นสูง (Higher Education & Training)
- 2) ประสิทธิภาพของตลาดสินค้า (Goods Market Efficiency)
- 3) ประสิทธิภาพของตลาดแรงงาน (Labor Market Efficiency)
- 4) การพัฒนาตลาดการเงิน (Financial Market Development)
- 5) ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness)

#### 2.2.3.3 กลุ่มดัชนีนวัตกรรมและปัจจัยที่มีความซับซ้อน (Innovation &

Sophistication Factors)

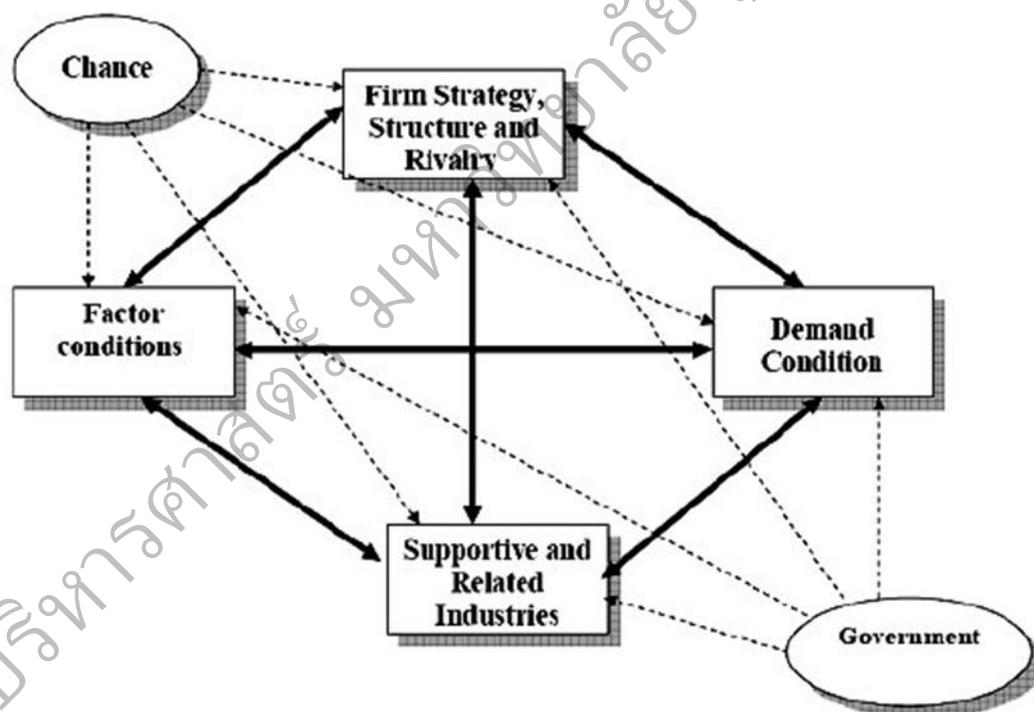
- 1) ความซับซ้อนทางธุรกิจ (Business Sophistication)
- 2) นวัตกรรม (Innovation)

ดังนั้นความสามารถในการแข่งขันจากสถาบัน WEF หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจจากนโยบายของแต่ละประเทศทั่วโลกโดยวัดจากดัชนีองค์รวม 3 กลุ่ม ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มดัชนีพื้นฐาน กลุ่มดัชนีการเพิ่มประสิทธิภาพ กลุ่มดัชนีนวัตกรรมและปัจจัยที่มีความซับซ้อน

แต่อย่างไรก็ตาม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558) ได้รายงานว่า ผลการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของทั้ง 2 องค์กร IMD และ WEF ยังได้รับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ใช้ในการจัดอันดับที่ไม่ทันสมัย และไม่ตรงกับความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งมาจากหลายสาเหตุ เช่น หน่วยงานที่เป็นผู้รับผิดชอบไม่ได้มีการอัปเดตข้อมูล และข้อมูลจาก IMD และ WEF ที่มาจากการจัดอันดับมาจากองค์กรระหว่างประเทศ มีความแตกต่างจากข้อมูลที่มาจากรายงานภาครัฐ เป็นต้น

## 2.2.4 แนวคิดของ Michael E. Porter

แนวคิดของ Michael E. Porter (1990) ได้เขียนหนังสือชื่อว่า the Competitive Advantage of Nations หรือความได้เปรียบของการแข่งขันของชาติ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ และเกิดโมเดลขึ้นมาที่เรียกว่า Diamond Model ดังภาพที่ 2.1 คือ แนวคิดสำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรม แสวงหาโอกาสและรับรู้อุปสรรคเพื่อหาทางปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ผลผลิต (Productivity) สูงขึ้น ทำให้ Diamond Model เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และความเป็นเลิศทางธุรกิจ เพราะสามารถวิเคราะห์ได้ถึงสาเหตุที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันของประเทศหนึ่งมีมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง หรือศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการหนึ่งมีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมได้ (พรชัย ศักดิ์สกุลพรชัย, 2554) ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศหรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ โดยมีทั้งหมด 4 ปัจจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.1 Diamond Model

ที่มา: Porter (1990)

2.2.4.1 ปัจจัยด้านเงื่อนไข (Factor Conditions) คือ ความสามารถของชาติในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรอื่น ๆ ให้เกิดความได้เปรียบและส่งผลกระทบต่อการผลิตและบริการในเรื่องนั้น ๆ ประกอบด้วย ทักษะของแรงงาน เงินทุนของบริษัท ทรัพยากรในประเทศนั้น ๆ ความเชี่ยวชาญในการผลิต โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อบริษัท

2.2.4.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) คือ ภาวะอุปสงค์ ความต้องการของผู้บริโภค มีความต้องการภายในที่เพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดขึ้นกลุ่มเป้าหมาย ขนาดของตลาด สัดส่วนในตลาด เพื่อให้มีปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้

2.2.4.3 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์และการสนับสนุนอุตสาหกรรม (Related & Supporting Industries) คือ การวิเคราะห์ถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและมีผลกับอุตสาหกรรม เพื่อจุดสถานะของการเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ในเวทีโลก และการเกิดของอุตสาหกรรม เป็นการกระตุ้นให้พัฒนาองค์กรที่จัดหาสินค้าและบริการในท้องถิ่น (Local Suppliers) ให้บรรลุเป้าหมายในการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้าของอุตสาหกรรมได้

2.2.4.4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, structure & Rivalry) คือ กลยุทธ์ของบริษัทและคู่แข่ง ปัจจัยต่าง ๆ ในธุรกิจตั้งแต่เงินทุน คณะผู้บริหาร กลยุทธ์ของบริษัทและคู่แข่ง โดยจะวิเคราะห์ถึงลักษณะการแข่งขันของธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะมีลักษณะการแข่งขันที่ต่างกันออกไป สภาพแวดล้อมภายในประเทศจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การลดต้นทุน เร่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอีก 2 ประการที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน คือ บทบาทของภาครัฐ (Role of Government) และโอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance) ดังนี้ (วลัยพร บวรกุลวัฒน์, 2554)

2.2.4.5 รัฐบาล (Government) คือ บทบาทภาครัฐที่มีผลและได้รับผลจากปัจจัยกำหนดทั้ง 4 โดยสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านทางบวกและทางลบจากนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

2.2.4.6 โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance) คือ สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ และทำให้มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมจากด้านเทคโนโลยี คู่แข่ง และอื่น ๆ

ดังนั้นแนวคิด Diamond Model ของ Porter (1990) นั้นใช้สำหรับวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่มีพื้นฐานมาจากศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศนั้น ๆ ซึ่งศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นมาจากการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากเนื้อหาที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สรุปได้ว่า การนำทรัพยากรที่มีอยู่ที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีซึ่งถูกนำมาใช้ในการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด ที่เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเพื่อประกอบการศึกษา

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Tourism)

### 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวได้มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายไว้ในหลายลักษณะ ดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (2561) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยเดินทางด้วยความสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้

นิคม จารุมนี (2544: 1-2) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อความรื่นเริงใจ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผ่อนคลาย พบปะผู้คน ในสถานที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของตน และไม่ได้ไปทำงานเพื่อสร้างรายได้

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2542: 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพัก เป็นการชั่วคราว ในระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร คนรู้จัก หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านท่องเที่ยว

วรรณ วรชวานิช (2539: 17) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การที่คนเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และมีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นในระหว่างทาง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยความเต็มใจ และไม่เกิดค่าจ้างตอบแทน เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร คนรู้จัก หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผ่อนคลาย สนุกสนาน และมีความสุข ได้พบปะกับคนใหม่ ๆ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ทำให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่นเพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

### 2.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวสามารถแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ลักษณะ วรรณ วรชวานิช (2539: 17-18) ได้แก่

- (1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง
- (2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
- (3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม
- (4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- (5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา
- (6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (2561) ได้สรุปว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ลักษณะ คือ

- (1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual)
- (2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)
- (3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational)
- (4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

(5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

(6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)

(7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation)

(8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)

(9) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

### 2.3.3 ความหมายของนักท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยจัดขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ซึ่งได้ให้คำจำกัดความของคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitors) คือ ผู้ที่มาจากอีกประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่ที่ประเทศที่ตนพำนักด้วยเหตุจูงใจใดก็ได้ ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 6 เดือน (นิศา ชัชกุล, 2554: 3-5)

นิคม จารุณณี (2544: 2-3) ยังได้อธิบายว่า ผู้มาเยือนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยว (Tourists) และนักทัศนจร (Excursionist) ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ผู้ที่มาเยือนเป็นการชั่วคราวอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 90 วัน ในสถานที่ที่ไปเยือน โดยไปเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลินรื่นเริงใจ เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬา เพื่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และเพื่อปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมายเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวยังสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourists) ดังนี้

(1.1) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จังหวัดตนเอง

(1.2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourists) คือนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

(2) นักทัศนจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางมาเยือนเป็นการชั่วคราวในสถานที่ที่ไปเยือน ที่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้มาเยือน (Visitors) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยว (Tourists) และ นักทัศนจร (Excursionists) โดยนักท่องเที่ยว (Tourists) สามารถเป็นได้ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ ที่เป็นการเดินทางไปชั่วคราวที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติของตนโดยเป็นการท่องเที่ยวชั่วคราว อย่างน้อย 24 ชั่วโมงขึ้นไป (1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน ส่วนนักทัศนจร (Excursionists) จะเป็นเพียงการเดินทางไปเที่ยวชั่วคราวในระยะเวลานั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) ซึ่งนักท่องเที่ยวและนักทัศนจรเหล่านี้มาท่องเที่ยวโดยที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หรือค่าจ้างตอบแทน

### 2.3.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

วรรณภา วงษ์วานิช (2539: 17) โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

(1) การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือ การท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ จากสิ่งดึงดูดใจหลาย ๆ อย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบความปลอดภัย การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

(2) การท่องเที่ยวต่างประเทศ (International Tourism) คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ประเทศของตน และต่างผ่านกระบวนการหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น

### 2.3.5 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก. (2561) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) (2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ (3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

(1.1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

(1.2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การที่ได้ท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล

(1.3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่อยู่ในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก การศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ทำให้ความรู้ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ

(1.4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ทำให้ได้ความรู้ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ

(1.5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา จันทรุปราคา ฝนดาวตก และการดูดาวจรัสที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล ทำให้ได้มีความรู้ เกิดความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น

(2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

(2.1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การที่ได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชมสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและทรงคุณค่า

2.2) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural & Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้จัดขึ้น ทำให้ได้รับความเพลิดเพลินในสุนทรียะศิลป์ อีกทั้งยังทำให้ได้ศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

(2.3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลิน ทำให้ได้ความรู้จากการดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน

(3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

(3.1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน สุนทรียภาพ ความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี

(3.2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

(3.3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น ทำให้ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

(3.4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬาต่าง ๆ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ทำให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

(3.5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย และสนุกสนานกับกิจกรรมต่าง ๆ

(3.6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น

(3.7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ 5 ของชีวิตคือ

การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

(3.8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้พนักงานให้แก่อำนาจลูกค้ำของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักแรมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

(3.9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม หมายถึง การจูงใจให้แก่อำนาจลูกค้ำของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจูงใจหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

(3.10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน หมายถึง การท่องเที่ยวที่รวมความหลากหลายรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจูงใจการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลานานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

จากเนื้อหาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบกิจกรรมนันทนาการ ในการเรียนรู้ไปในโลกกว้าง ตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบ และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยว โดยมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) (2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) (3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

### 2.3.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

วรรณภา วงษ์วานิช (2539: 19-32) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ดังนี้

- (1) นักท่องเที่ยว
- (2) สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว
- (3) การคมนาคมขนส่ง
- (4) ข้อมูลข่าวสารและการบริการ
- (5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
- (6) องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

(7) การสนับสนุนอื่น ๆ

ต่อมา นิศา ชัชกุล (2554: 90-96) ได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยหลาย ๆ ส่วนด้วยกัน ดังนี้

(1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนา ทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม และทางด้านสิ่งทีเลียนแบบธรรมชาติหรือสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น

(2) การคมนาคม ได้แก่ การคมนาคมทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

(3) ที่พักแรม เช่น บังกะโล เกสต์เฮาส์ หอพัก แค้มป์ บ้านพักผ่อน เป็นต้น

(4) ร้านอาหารและภัตตาคาร

(5) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการจ้ดนำเที่ยว (Tour Operator) และตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เป็นต้น

(6) ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

(7) ความปลอดภัย

(8) การอำนวยความสะดวกในการเข้า – ออกเมือง

(9) จัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดประชุมในประเทศและนานาชาติ การจัดบริการในด้านสารนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ เป็นต้น

(10) การเผยแพร่โฆษณาเพื่อจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

นอกจากนี้ Pike (2008) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า ควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) เป็นการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็ว รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่จะเดินทางไป เพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

(2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย

(3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์

(4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ โดยที่พักแรมประเภทต่าง ๆ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับที่แตกต่างกัน และราคารวมถึงการบริการที่ต่างกัน เช่น มีภัตตาคาร บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สระว่ายน้ำ ซาวน่า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ครบครัน เป็นต้น

(5) กิจกรรม (Activities) นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น เช่น การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ การพายเรือแคนู การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การไถนา การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

(6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) การบริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคือการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติหรือคนรู้จัก และไม่เกิดค่าใช้จ่ายตอบแทน โดยนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงชั่วคราวไม่เกิน 1 วัน ซึ่งมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบหลัก ประกอบไปด้วย รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ โดยมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวหลัก ๆ 6 ประการ คือ (1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (2) ความสามารถในการเข้าถึง (3) สิ่งดึงดูดใจ (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (5) กิจกรรม และ (6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นอีกส่วนสำคัญที่จะสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันเพื่อประกอบการศึกษา ตามที่การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยว

### 2.4.1 แนวคิดของ Crouch & Ritchie

Crouch & Ritchie (1999) ได้นำ Diamond Model (Porter, 1990) มาปรับปรุงให้สามารถวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในบริบทการท่องเที่ยว เกิดเป็นโมเดลใหม่ที่มีชื่อว่า โมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Competitiveness Model) ดังภาพที่ 2.2 โดยโมเดลนี้จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่อยู่บนฐานของทรัพยากรที่เอื้ออำนวย (Resource endowments) และความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร (Resource Deployment) ที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ Crouch & Ritchie (1999)

(1) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Comparative Advantage) ที่อยู่บนฐานของทรัพยากรที่เอื้ออำนวย (Resource Endowments) ได้แก่

- (1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)
- (1.2) ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources)
- (1.3) ทรัพยากรความรู้ (Knowledge Resources)
- (1.4) แหล่งเงินทุน (Capital Resources)

(1.5) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น (Infrastructure & Tourism Superstructure)

(1.6) ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม (Historical & Cultural Resources)

(2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร (Resource Deployment) ที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

(2.1) การตรวจสอบและสินค้าคงคลัง (Audit & Inventory)

(2.2) การซ่อมบำรุง (Maintenance)

(2.3) การเจริญเติบโตและการพัฒนา (Growth & Development)

(2.4) ประสิทธิภาพ (Efficiency)

(2.5) ประสิทธิภาพ (Effectiveness)

โดยทั้ง 2 องค์ประกอบดังกล่าวจะได้รับผลกระทบจากแรงกดดันทางด้านสภาพแวดล้อมในระดับมหภาค (Global Environment) และการแข่งขันในสภาพแวดล้อมในระดับจุลภาค (Micro Environment) สำหรับปัจจัยที่เป็นฐานของโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness) ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก และ 19 ปัจจัยย่อย ดังนี้

(1) ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors)

(1.1) สภาพภูมิประเทศ (Physiography)

(1.2) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Culture & History)

(1.3) ความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Ties)

(1.4) การผสมผสานของกิจกรรม (Mix of Activities)

(1.5) งานกิจกรรมพิเศษ (Special Events)

(1.6) โครงสร้างที่สร้างขึ้น (Superstructure)

(2) ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources)

(2.1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

(2.2) การเข้าถึง (Accessibility)

(2.3) การอำนวยความสะดวกด้านทรัพยากร (Facilitating Resources)

(2.4) การประกอบการ (Enterprise)

(3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management)

(3.1) การจัดการทรัพยากร (Resource Stewardship)

(3.2) การตลาด (Marketing)

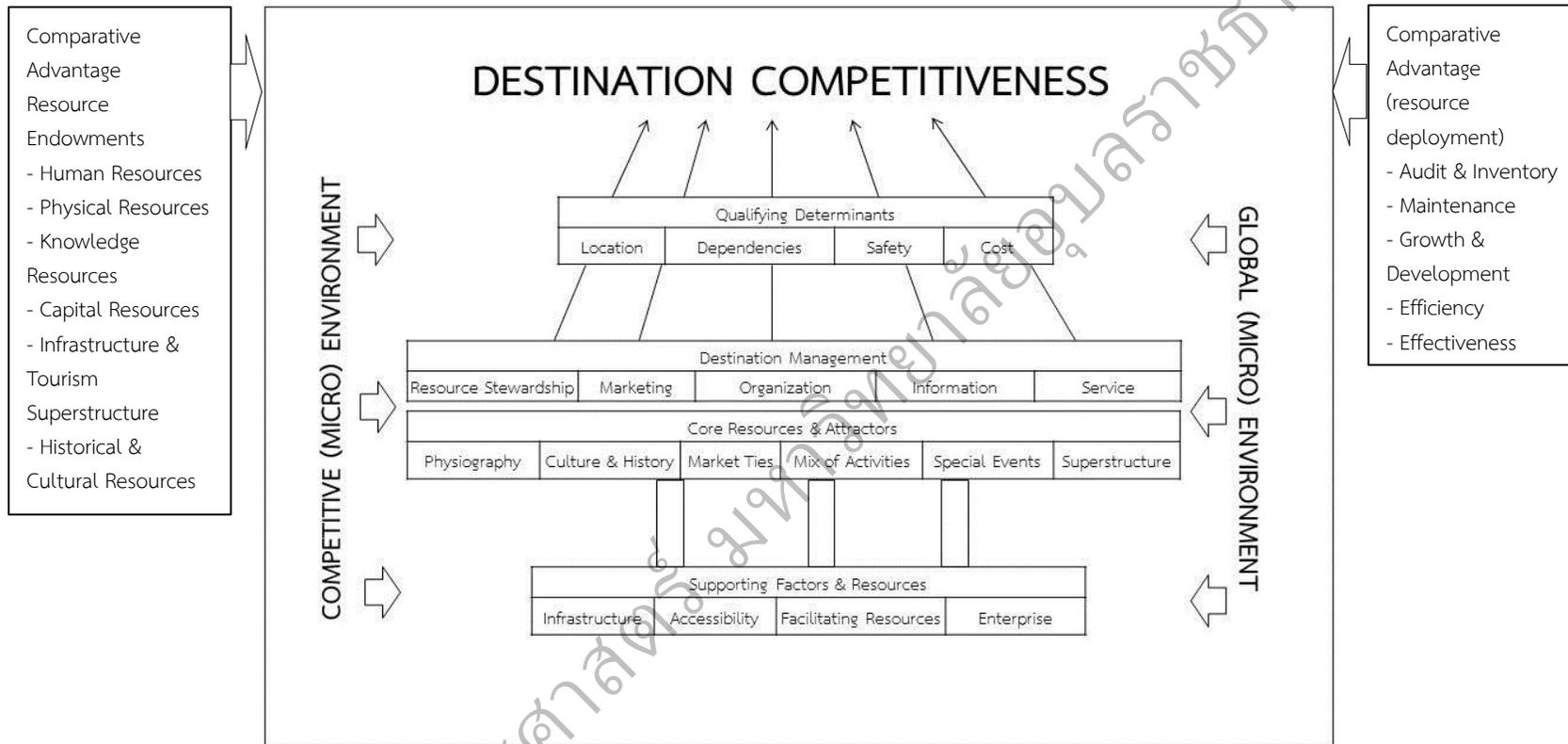
(3.3) องค์กร (Organization)

(3.4) ข้อมูล (Information)

(3.5) การบริการ (Service)

- (4) ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying Determinants)
  - (4.1) สถานที่ตั้ง (Location)
  - (4.2) การพึ่งพาอาศัยกัน (Dependencies)
  - (4.3) ระบบความปลอดภัย (Safety)
  - (4.4) ค่าใช้จ่าย (Cost)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

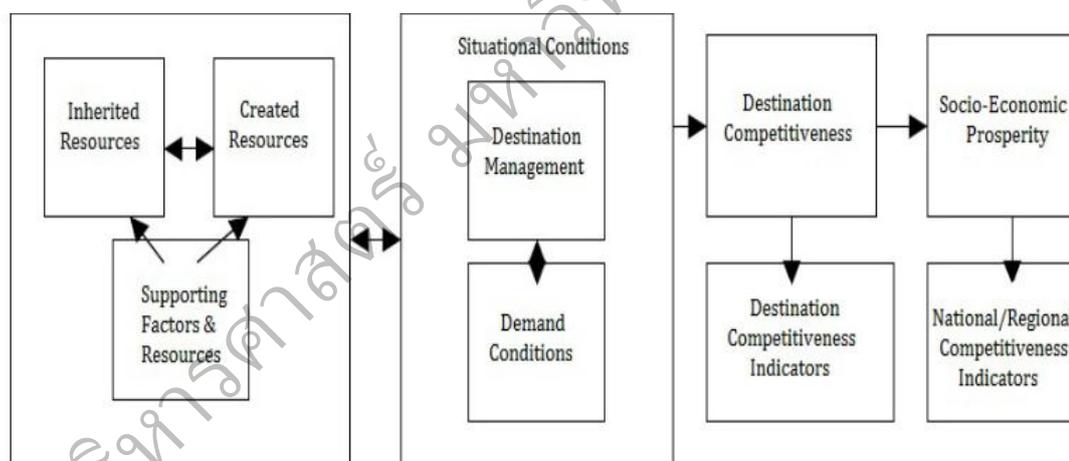


ภาพที่ 2.2 โมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Competitiveness)  
ที่มา: ดัดแปลงจาก Crouch & Ritchie (1999)

### 2.4.2 แนวคิดของ Dwyer & Kim

ต่อมา Dwyer & Kim (2003) ได้นำโมเดล Destination Competitiveness ซึ่งเป็นแนวคิดของ Crouch & Ritchie (1999) มาทำการวิจัยและพัฒนาจนเกิดเป็นโมเดลใหม่ที่เรียกว่า Integrated Model ดังภาพที่ 2.3 ซึ่งโมเดลนี้ได้รับการยอมรับนำมาปรับใช้ในงานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เช่น Dwyer Livaic & Mellor (2003); Barbe (2015); Crouch (2007) เป็นต้น และโมเดลนี้เป็นการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันให้สามารถเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันด้านท่องเที่ยวระหว่างประเทศและระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Berdo, 2016) ซึ่งโมเดลนี้ได้กำหนดตัวบ่งชี้ไว้ทั้งหมด 6 ตัวหลักของความสามารถทางการแข่งขัน ได้แก่

- (1) ทรัพยากรที่มีอยู่ (Inherited Resources)
- (2) ทรัพยากรที่ถูกสร้างขึ้น (Created Resources)
- (3) ปัจจัยและทรัพยากรที่สนับสนุน (Supporting Factors & Resources)
- (4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management)
- (5) เงื่อนไขอุปสงค์ (Demand Conditions)
- (6) เงื่อนไขสถานการณ์ (Situational Conditions)



ภาพที่ 2.3 Integrated Model of Destination Competitiveness

ที่มา: Dwyer & Kim (2003)

### 2.4.3 แนวคิดของ Ritchie & Crouch

ส่วนงานวิจัยของ Ritchie & Crouch (2003) ได้ทำการวิจัยและพัฒนาจากโมเดลเดิม คือความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว (Destination Competitiveness) (Crouch & Ritchie, 1999) จนเกิดเป็นโมเดลใหม่ที่เรียกว่า ความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) เพราะ Ritchie & Crouch (2003) ระบุว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันยังต้องขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องในระยะยาวของการท่องเที่ยวด้วย ทำให้ได้เพิ่มอีกหนึ่งปัจจัยหลักเข้ามา คือ นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผน

และพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development) และเพิ่มปัจจัยย่อยในปัจจัยหลักอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ที่จะนำมาวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ เฉพาะเขตจังหวัด หรือในภาพรวมของประเทศ โดยโมเดลนี้มีปัจจัยย่อยรวมทั้งหมด 36 ปัจจัย จาก 5 ปัจจัยหลักที่ใช้วิเคราะห์จุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ทำให้ได้ปัจจัยในการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมและชัดเจน ดังภาพที่ 2.4

โดยในการวิเคราะห์โมเดลนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่อยู่บนฐานของทรัพยากรที่เอื้ออำนวย (Resource endowments) และความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร (Resource Deployment) ที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

(1) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Comparative Advantage) ที่อยู่บนฐานของทรัพยากรที่เอื้ออำนวย (Resource Endowments) ได้แก่

- (1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)
- (1.2) ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources)
- (1.3) ทรัพยากรความรู้ (Knowledge Resources)
- (1.4) แหล่งเงินทุน (Capital Resources)
- (1.5) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น (Infrastructure & Tourism Superstructure)
- (1.6) ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม (Historical & Cultural Resources)
- (1.7) ขนาดของเศรษฐกิจ (Size of Economy)

(2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร (Resource Deployment) ที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

- (2.1) การตรวจสอบและสินค้าคงคลัง (Audit & Inventory)
- (2.2) การซ่อมบำรุง (Maintenance)
- (2.3) การเจริญเติบโตและการพัฒนา (Growth & Development)
- (2.4) ประสิทธิภาพ (Efficiency)
- (2.5) ประสิทธิภาพ (Effectiveness)

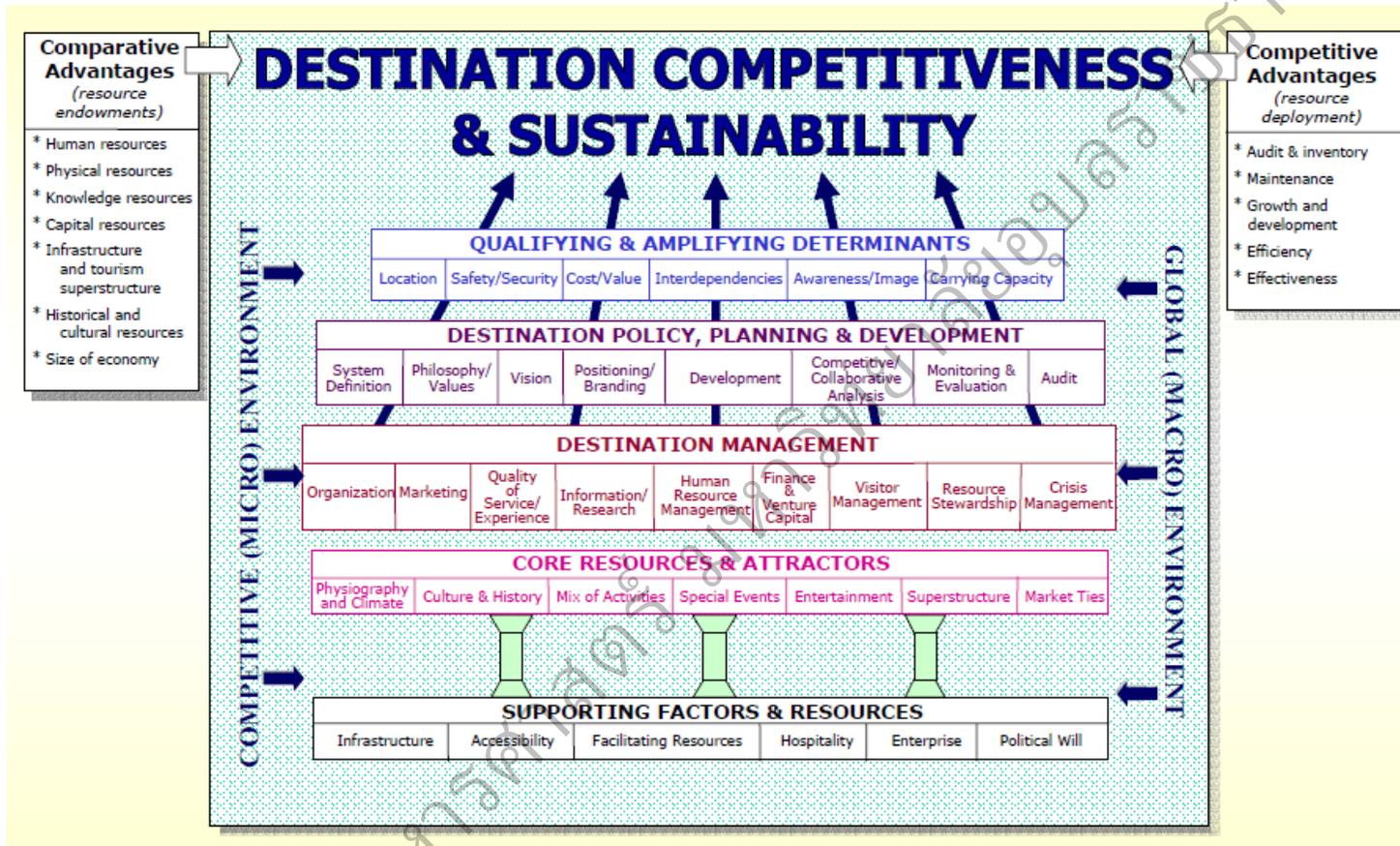
โดยทั้ง 2 องค์ประกอบดังกล่าวจะได้รับผลกระทบจากแรงกดดันทางด้านสภาพแวดล้อมในระดับมหภาค (Global Environment) และการแข่งขันในสภาพแวดล้อมในระดับจุลภาค (Micro Environment) สำหรับปัจจัยที่เป็นฐานของโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

- (1) ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors)
  - (1.1) สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ (Physiography & Climate)
  - (1.2) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Culture & History)
  - (1.3) การผสมผสานของกิจกรรม (Mix of Activities)

- (1.4) งานกิจกรรมพิเศษ (Special Events)
- (1.5) สถานบันเทิง (Entertainment)
- (1.6) โครงสร้างที่สร้างขึ้น (Superstructure)
- (1.7) ความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Ties)
- (2) ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources)
  - (2.1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
  - (2.2) การเข้าถึง (Accessibility)
  - (2.3) การอำนวยความสะดวกด้านทรัพยากร (Facilitating Resources)
  - (2.4) การให้การต้อนรับ (Hospitality)
  - (2.5) การประกอบการ (Enterprise)
  - (2.6) การทุจริตคอร์รัปชัน (Political Will)
- (3) นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development)
  - (3.1) ความหมายของระบบ (System Definition)
  - (3.2) ปรัชญา/ ค่านิยม (Philosophy/ Values)
  - (3.3) วิสัยทัศน์ (Vision)
  - (3.4) ตำแหน่ง/ การสร้างแบรนด์ (Positioning/ Branding)
  - (3.5) การพัฒนา (Development)
  - (3.6) การวิเคราะห์การแข่งขันและความร่วมมือ (Competitive/ Collaborative Analysis)
  - (3.7) การติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation)
  - (3.8) การตรวจสอบ (Audit)
- (4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management)
  - (4.1) องค์กร (Organization)
  - (4.2) การตลาด (Marketing)
  - (4.3) คุณภาพการบริการ/ ประสบการณ์ (Quality of Service/ Experience)
  - (4.4) ข้อมูล/ การวิจัย (Information/ Research)
  - (4.5) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)
  - (4.6) การเงินและการร่วมทุน (Finance & Venture Capital)
  - (4.7) การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management)
  - (4.8) การจัดการทรัพยากร (Resource Stewardship)
  - (4.9) การจัดการในภาวะวิกฤต (Crisis Management)
- (5) ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants)
  - (5.1) สถานที่ตั้ง (Location)
  - (5.2) ระบบความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety & Security)

- (5.3) ค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่า (Cost/ Value)
- (5.4) การพึ่งพาอาศัยกัน (Interdependencies)
- (5.5) การรับรู้/ ภาพลักษณ์ (Awareness/ Image)
- (5.6) ความสามารถในการรับรอง (Carrying Capacity)

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



ภาพที่ 2.4 โมเดลความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) ที่มา: Ritchie and Crouch (2003)

#### 2.4.4 แนวคิดของ Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)

World Economic Forum ที่จัดทำรายงานการจัดอันดับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ 136 ประเทศทั่วโลก เพื่อเป็นการบ่งชี้ถึงโอกาสที่ยั่งยืนและทั่วถึงมากขึ้นซึ่งจะสะท้อนให้เห็นจากการเน้นความมั่นใจเพิ่มขึ้นในการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมในสภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัยที่ไม่แน่นอน ในขณะที่ยังรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นให้ยังมีอยู่ต่อไป ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดัชนีหลัก ใน 14 ด้าน (Pillars) โดยมีตัวชี้วัดรวมทั้งหมด 90 ตัวชี้วัด ดังนี้ (Travel & Tourism Competitiveness Index, 2017)

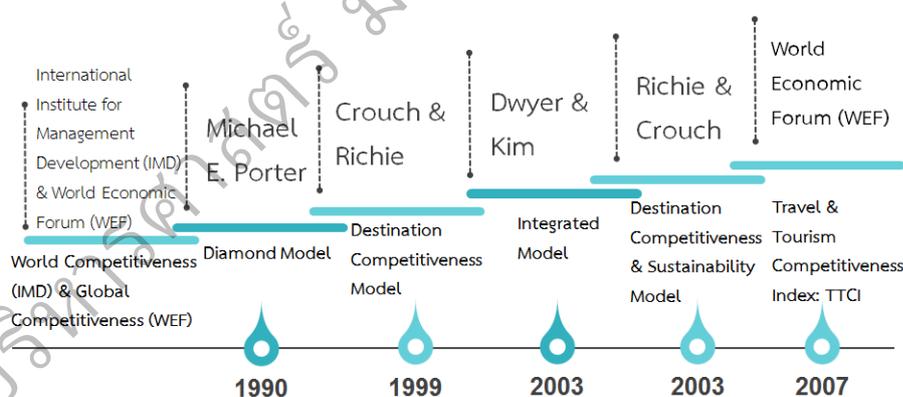
- (1) ดัชนีที่มีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยว (Enabling Environment)
  - (1.1) ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment)
  - (1.2) ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety & Security)
  - (1.3) ด้านสุขภาพและสุขอนามัย (Health & Hygiene)
  - (1.4) ด้านทรัพยากรบุคคลและตลาดแรงงาน (Human Resources & Labor Market)
  - (1.5) ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Readiness)
- (2) ดัชนีด้านนโยบายและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (Policy & Enabling Conditions)
  - (2.1) ด้านการให้ความสำคัญต่อนโยบายการท่องเที่ยว (Prioritization of Travel & Tourism)
  - (2.2) ด้านการเปิดสู่นานาชาติ (International Openness)
  - (2.3) ด้านการแข่งขันด้านราคา (Price Competitiveness)
  - (2.4) ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)
- (3) ดัชนีด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
  - (3.1) ด้านการคมนาคมทางอากาศ (Air Transport Infrastructure)
  - (3.2) ด้านการคมนาคมทางภาคพื้นและทางเรือ (Ground & Port Infrastructure)
  - (3.3) ด้านบริการเกี่ยวเนื่องกับท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure)
- (4) ดัชนีด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (Natural & Cultural Resources)
  - (4.1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources)
  - (4.2) ด้านวัฒนธรรมและการเดินทางเพื่อธุรกิจ (Cultural Resources & Business Travel)

จากการศึกษาทฤษฎีดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ มีการจัดอันดับขึ้นเพื่อวัดความสามารถในนโยบายของประเทศ ที่ทำให้เศรษฐกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตซึ่งมีสถาบันที่ได้รับการยอมรับใช้กันทั่วโลกอยู่ 2 สถาบัน คือ สถาบันการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development: IMD) และเวิลด์ อีโคโนมิก ฟอรัม (World Economic

Forum: WEF) ซึ่งในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นได้มีนักวิชาการที่ชื่อ Michael E. Porter ได้คิดค้นโมเดลในการสามารถความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศได้ หรือที่เรียกว่า Diamond Model (Porter, 1990) เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศ

ต่อมา Crouch & Ritchie (1999) ได้นำ Diamond Model (Porter, 1990) มาปรับปรุง ให้สามารถวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในบริบทการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เกิดเป็นโมเดลใหม่ที่มีชื่อว่า Destination Competitiveness Model จากนั้น Dwyer & Kim (2003) ได้ปรับปรุงโมเดลของ Crouch & Ritchie โดยเพิ่มความสำเร็จในปัจจุบันด้านเงื่อนไขอุปสงค์ (Demand Conditions) เข้ามา หรือที่เรียกว่า Integrated Model ในขณะเดียวกัน Ritchie & Crouch (2003) ได้พัฒนาโมเดลความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว (Destination Competitiveness) ของตนเองอีกครั้ง (Crouch & Ritchie, 1999) เกิดเป็นโมเดลใหม่ที่เรียกว่าโมเดลความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) เพราะความได้เปรียบในการแข่งขันยังต้องขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องในระยะยาวของการท่องเที่ยวด้วย ทำให้ได้เพิ่มอีกหนึ่งปัจจัยหลักเข้ามา คือ นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development) เพื่อนำมาวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ เฉพาะเขต หรือในภาพรวมของประเทศได้ นอกจากนี้ ในปี 2007 สถาบัน WEF ได้นำข้อมูลจากรายงาน Global Competitiveness นำมาวิเคราะห์จัดทำรายงายการจัดอันดับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ทั่วโลกโดยเฉพาะ ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 สรุปโมเดลความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Nunes, Esteveao & Filipe (2018) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาคส่วนของโรงแรม: กรณีศึกษาในโปรตุเกส (Determinant Factors of Competitiveness in the Hotel Sector: the Case of Portugal) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยหลักที่ถูกพิจารณาความสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของการโรงแรม โดยใช้ Diamond Model ของ Porter (1990) วิธีการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามซึ่งได้รับการตอบกลับทั้งหมด 285 ชุด

จากบริษัทที่เกี่ยวกับการโรงแรมในโปรตุเกส ผลการศึกษาพบว่า นโยบายของรัฐบาล (Government) ปัจจัยเงื่อนไข (Factor Conditions) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์และการสนับสนุนอุตสาหกรรม (Related & Supporting Industries) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในภาคส่วนของโรงแรม

Berdo (2016) ได้ศึกษาความซับซ้อนของรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (The Complexity of Tourist Destination Competitiveness Concept) การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความซับซ้อนของความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวโดยนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ 4 โมเดล ได้แก่ Life Cycle Tourist Area Model Diamond Model Destination Competitiveness & Sustainability Model และ Integrated Model โดยการนำปัจจัยสำคัญของแต่ละโมเดลมาเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อยในด้านทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ทั้ง 4 โมเดล พบว่าความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่เท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการท่องเที่ยว นโยบาย ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยว และความสามารถในการพัฒนาสินค้าที่ช่วยกระตุ้นความต้องการด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามความสามารถในการแข่งขันในการท่องเที่ยวในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืนก็ยังไม่กว้างขวางมากพอในแง่ของกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและวิธีการ

Barbe, Triay & Haufe (2016) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวในชนบทในอูรุกวัยและศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน (The Competitiveness of the Uruguayan Rural Tourism Sector and its Potential to Attract German Tourists) การวิจัยนี้ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอูรุกวัยในส่วนของนักท่องเที่ยวชนบทเทียบกับคู่แข่งหลักจากประเทศอาร์เจนตินาและบราซิลจากการรับรู้ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของอูรุกวัย และยังวัดศักยภาพของอูรุกวัยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน โดยการประยุกต์ใช้ Integrated Model ของ Dwyer & Kim (2003) วิธีการศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม 2 ชุดคำถาม โดยชุดแรกให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของชาวอูรุกวัย และอีกชุดให้กับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ผลการศึกษาพบว่าจุดแข็งของการท่องเที่ยวในชนบทของอูรุกวัยเปรียบเทียบกับประเทศอาร์เจนตินาและบราซิลคือ การให้การต้อนรับและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น ซึ่งอยู่ในปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources) สถานที่ดึงดูดใจทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (Inherited Resources) และความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ ซึ่งอยู่ในเงื่อนไขสถานการณ์ (Situational Conditions) ส่วนจุดอ่อนคือ การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) ที่ยังไม่ดีซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ และการจัดการที่ยังไม่ดีในด้านเงื่อนไขอุปสงค์ (Demand Conditions)

Mazurek (2014) ความสามารถในการแข่งขันในการท่องเที่ยว- โมเดลความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวการปรับใช้โมเดล กรณีศึกษาประเทศออสเตรียและสวิตเซอร์แลนด์ (Competitiveness in Tourism - Model of Tourism Competitiveness and Their Applicability: Case Study Austria and Switzerland) การวิจัยนี้ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิของ The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) จาก 2 ประเทศที่มีอันดับดีที่สุดคือ ประเทศ

ออสเตรเลียและสวิตเซอร์แลนด์ จากการประยุกต์ใช้ WeS Model Integrated Model Bordas Model และ Destination Competitiveness & Sustainability Model ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองประเทศมีจุดแข็งในเรื่องคุณภาพของบุคคลากรและการศึกษาของนักเรียนที่จะถูกจ้างมาทำงานการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีของแนวทางใหม่ในความสามารถทางการแข่งขันและการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยว

Dragicevic et al. (2012) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจกรณีศึกษาจังหวัด Vojvodina ประเทศเซอร์เบีย (Business tourism destination competitiveness: A case of Vojvodina province, Serbia) โดยใช้โมเดลของ Ritchie & Crouch (2003) ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยการแจกแบบสอบถามผ่านทางอีเมลให้กับผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวในด้านการบริการทั้งหมด 358 ชุด ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับและสามารถใช้ได้ทั้งหมด 118 ชุด ผลการศึกษาพบว่าจุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในจังหวัด Vojvodina คือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) และ นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและการพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development) ในขณะที่ ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors) มีความสามารถในการแข่งขันที่เป็นจุดแข็งที่สุด

Armenski et al. (2012) ได้ศึกษา Integrated Model ของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อที่จะศึกษาจุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเซอร์เบีย เปรียบเทียบกับคู่แข่งหลัก เป็นการศึกษาการวิจัยต่อจากงานวิจัย Integrated Model ของ Dwyer & Kim (2003) ที่ได้ทำการศึกษามาก่อนหน้านี้ จากการแจกแบบสอบถามและได้รับตอบกลับทั้งหมด 140 ชุด พบว่าประเทศเซอร์เบียมีความได้เปรียบในการแข่งขันทางทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม (Inherited Resources) และทรัพยากรที่ถูกสร้างขึ้น (Created Resources) มากกว่าการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) และมีความสามารถในการแข่งขันน้อยในเรื่องเงื่อนไขอุปสงค์ (Demand Conditions) ที่เป็นเรื่องในด้านภาพลักษณ์และการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยว

Hallmann et al. (2012) ได้ศึกษาการรับรู้ของผู้จัดจำหน่ายกับความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ในรีสอร์ตกีฬาฤดูหนาว (Suppliers' Perception of Destination Competitiveness in a Winter Sport Resort) การวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยหลักของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวของ Ritchie & Crouch (2003) จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว โดยได้รับการตอบกลับทั้งหมด 71 ชุด ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมีการรับรู้ของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 3 ปัจจัย คือ ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) และนโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development)

Tanja et al. (2011) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างสองประเทศ (Tourism Destination Competitiveness – between Two Flags) งานวิจัยนี้

ใช้โมเดล Integrated Model ในการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ สโลเวเนียและประเทศเซอร์เบีย จากการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 280 ชุด โดยจากการสุ่มตัวอย่าง ตามสะดวก ซึ่งแจกให้ทั้งทางตรงและทางอีเมลให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในด้านบริการ และได้รับการตอบกลับทั้งหมด 258 ชุด โดยแบ่งเป็นของประเทศเซอร์เบีย 140 ชุด และประเทศ สโลเวเนีย 118 ชุด ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองมีความสามารถในการแข่งขันมากทางด้าน ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม (Inherited Resources) และทรัพยากรที่สร้างขึ้น (Created Resources) แต่มีความสามารถในการแข่งขันน้อยในเรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) และเงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไป

Crouch & Ritchie (2010) ได้ศึกษาโมเดลของความสามารถในการแข่งขันของ แหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมุมมองของชาวบราซิล (A Model of Destination Competitiveness/ Sustainability: Brazilian Perspectives) การวิจัยนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรม ที่ได้ศึกษาก่อนหน้านี้ คือ โมเดลของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนา อย่างยั่งยืนของ Ritchie & Crouch (2003) โดยนำมาวิเคราะห์ทั้งหมด 5 ปัจจัยและอีก 2 องค์ประกอบในมุมมองของชาวบราซิล เพื่อให้เข้าใจในนโยบายกับการวิเคราะห์ทั้งองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยของแต่ละตัว เพื่อเพิ่มความเข้าใจในแต่ละองค์ประกอบมากขึ้น เป็นประโยชน์ และแนวทางในการนำไปใช้ได้จริงของผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องขององค์กร การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งพิสูจน์แล้วว่ามีความสำคัญมากให้กับนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงาน ที่ต้องการทำความเข้าใจธรรมชาติที่ซับซ้อนของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและ พัฒนาอย่างยั่งยืน

Crouch (2007) ได้ศึกษาโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว กรณี สำรวจและวิเคราะห์ผลกระทบต่อคุณลักษณะของความสามารถในการแข่งขัน (Modeling Destination Competitiveness: A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes) การวิจัยนี้เป็นการนำโมเดลมาพัฒนาเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและผลกระทบของปัจจัย ย่อยจากรูปแบบความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว โดยนำโมเดลของ Crouch & Ritchie (1999) และ Ritchie & Crouch (2003) มาวิเคราะห์ปัจจัยย่อยทั้งหมด 36 ตัว จาก 5 ปัจจัยหลัก วิธีการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกของผู้เข้าร่วมในโครงการ 83 คน ที่มีความรู้และ ประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ จากองค์กรการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Organization: DMO) และกลุ่มนักวิจัยด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า มี ปัจจัยย่อยที่สำคัญทั้งหมด 10 ปัจจัย จากทั้งหมด 36 ตัว ที่มีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อความสามารถ ในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด คือ สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ (Physiography & Climate) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Culture & History) ความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Ties) โครงสร้างที่สร้างขึ้น (Superstructure) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) การเข้าถึง (Accessibility) สถานที่ตั้ง (Location) ความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety & Security) ค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่า (Cost/ Value) การพึ่งพาอาศัยกัน (Interdependencies) และการรับรู้/ ภาพลักษณ์ (Awareness/ Image) ซึ่งปัจจัยย่อยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่อยู่ในปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยคือ ทรัพยากรและสิ่ง

ดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors) ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources) และปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants)

Dwyer, Livaic & Mellor (2003) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของออสเตรเลียในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว (Competitiveness of Australia as a Tourist Destination) การวิจัยนี้ได้้นำโมเดลที่มีชื่อว่า Integrated Model โดยปรับปรุงจากโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวของ Crouch & Ritchie (1999) นำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามทางอีเมลให้กับผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกจากฐานข้อมูลของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ทั้งหมด 500 ชุด และได้รับการตอบกลับทั้งหมดที่ใช้ได้ 132 ชุด ผลวิจัยพบว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม มรดกโลก และสถาปัตยกรรม (Inherited Resources) มีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด ในขณะที่การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) มีความสามารถในการแข่งขันน้อยที่สุด

Dwyer & Kim (2003) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว: โมเดลและปัจจัยต่าง ๆ (Destination Competitiveness: A Model & Determinants) การวิจัยนี้เป็นการพัฒนาโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถใช้เปรียบเทียบอุตสาหกรรมระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบตัวชี้วัดกับประยุกต์ใช้โมเดลความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของ Crouch & Ritchie (1999) เกิดเป็นโมเดลใหม่ที่เรียกว่า Integrated Model ซึ่งโมเดลนี้สามารถทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยอุตสาหกรรมและรัฐบาลสามารถนำมาใช้ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและผลกระทบทางบวกด้านเศรษฐกิจได้

ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ และนราศรี ไววนิชกุล (2559) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย (Competitive Abilities of Thailand Medical Tourism) การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จำนวน 25 คน และนำมาวิเคราะห์หาความสามารถในการแข่งขันจากการประยุกต์ใช้ Diamond Model ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในด้านปัจจัยด้านเงื่อนไข (Factor Conditions) ประกอบด้วย โรงพยาบาลที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล จำนวนกว่า 30 โรงพยาบาล เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย รวมถึงมีแหล่งพักผ่อน หรือท่องเที่ยวหลังจากเสร็จสิ้นการรักษาที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีโครงสร้างพื้นฐานหลักที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องบุคลากรทางการแพทย์บางส่วนยังขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ

โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถนำมาสรุปเป็นตารางปัจจัยที่เกี่ยวข้องของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

ร.ล.	ชื่อผู้วิจัย	Destination Competitiveness & Sustainability Model				Integrated Model						Diamond Model				อื่น ๆ	
		ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก	ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน	นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา	การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	ทรัพยากรที่มีอยู่	ทรัพยากรที่ถูกสร้างขึ้น	ปัจจัยและทรัพยากรที่สนับสนุน	การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	เงื่อนไขอุปสงค์	เงื่อนไขสถานการณ์	ปัจจัยด้านเงินไป	ปัจจัยด้านอุปสงค์	ปัจจัยด้านความสัมพันธ์และการสนับสุนนอุตสาหกรรม		ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ โครงสร้างและการแข่งขัน
1	Nunes, Estevao & Filipe (2018)											✓		✓	●	✓	
2	Berdo 2016	●	✓	✓	●	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3	Barbe, Triay & Haufele,(2016)					✓	✓	●	○	○	○	●					
4	Mazurek (2014)	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
5	Dragicevic et al. (2012)	●	✓	○	○	✓											
6	Armenski et al. (2012)					✓	✓	✓	✓	○	✓						
7	Hallmann et al. (2012)	✓	✓	✓	●	✓											
8	Tanja et al. (2011)					✓	✓	✓	○	○	✓						

✓ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ● คือ จุดแข็งของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

○ คือ จุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

ที่	ชื่อผู้วิจัย	Destination Competitiveness & Sustainability Model					Integrated Model					Diamond Model				อื่น ๆ	
		ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก	ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน	นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา	การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	ทรัพยากรที่มีอยู่	ทรัพยากรที่ถูกรสร้างขึ้น	ปัจจัยและทรัพยากรที่สนับสนุน	การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	เงื่อนไขอุปสงค์	เงื่อนไขสถานการณ์	ปัจจัยด้านเงินไป	ปัจจัยด้านอุปสงค์	ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ และการสนับสนุนอุตสาหกรรม		ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ โครงสร้างและการแข่งขัน
9	Crouch & Ritchie (2010)	✓	✓	✓	✓	✓											วิเคราะห์โมเดล
10	Crouch (2007)	●	●	✓	✓	●											
11	Dwyer & Kim (2003)	✓	✓		✓	✓											พัฒนาโมเดล
12	Dwyer, Livaic & Mellor (2003)						●	✓	✓	○	✓	✓					
13	ณัฐพัชร มณีโรจน์ และนราศรี ไวนิชกุล (2559)											●	✓	✓	✓	✓	

✓ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ● คือ จุดแข็งของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

○ คือ จุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวที่มี 2 โมเดลที่ได้รับความนิยมนำมาศึกษาคือ โมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) และ โมเดล Integrated (Dwyer & Kim, 2003) และผลการศึกษาจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า โมเดลของโมเดล Destination Competitiveness & Sustainability มีจุดแข็งของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวคือ ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก และมีจุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวคือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่วนโมเดล Integrated มีจุดแข็งของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวคือ ทรัพยากรที่มีอยู่ และมีจุดอ่อนของความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวคือ เงื่อนไขอุปสงค์ ตามตารางที่ 2.1 และพบว่าโมเดล Destination Competitiveness & Sustainability เป็นโมเดลที่นำมาปรับใช้ในงานวิจัยอย่างแพร่หลายในต่างประเทศและนำมาศึกษามากกว่าโมเดลอื่น ๆ ในด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นโมเดลที่มีการพัฒนาโมเดลให้มีความสมบูรณ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถวิเคราะห์ครอบคลุมและชัดเจนได้ทุกแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและมีความตรง และทำให้สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ให้มีความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในระยะยาวและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปได้ตรงจุด นอกจากนี้ยังสามารถนำโมเดลนี้มาศึกษาเฉพาะเขต จังหวัดหรือพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีบริบทที่แตกต่างกันได้ และจะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังไม่มีเขตพื้นที่หรือจังหวัดใดได้นำโมเดลนี้มาศึกษา รวมถึงในจังหวัดอุบลราชธานียังไม่มีกรวิจัยใดที่นำโมเดลนี้มาปรับใช้เช่นกัน จึงทำให้ผู้วิจัยนำโมเดลนี้มาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในครั้งนี้ โดยมีตัวแปรที่นำมาปรับใช้ทั้งหมด 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้

(1) ทรัพยากรและสิ่งดึงดูดหลัก (Core Resources & Attractors)

(1.1) สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ (Physiography & Climate) หมายถึง สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศในจังหวัดอุบลราชธานี การมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในจังหวัดซึ่งประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติภูจอง – นายอย อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ น้ำตกแสงจันทร์ สามพันโบก แม่น้ำสองสี เป็นต้น

(1.2) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Culture & History) หมายถึง สถานที่ดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ศาสนา ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี วัด ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียน อุทยานแห่งชาติผาแต้ม เป็นต้น

(1.3) การผสมผสานของกิจกรรม (Mix of Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เช่น กิจกรรมทางน้ำ ทางธรรมชาติ การผจญภัย การพักผ่อน เป็นต้น

(1.4) ความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Ties) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีคอนั้จู้กหรือมีความสัมพันธ์ด้วย เช่น มีเพื่อน ญาติ หรือ มีครอบครัว ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ในเรื่องปัจจัย

สิ่งดึงดูดหลักประกอบไปด้วย 7 ปัจจัยย่อย คือ (1) สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ (Physiography & Climate) (2) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Culture & History) (3) การผสมผสานของกิจกรรม (Mix of Activities) (4) งานกิจกรรมพิเศษ (Special Events) (5) สถานบันเทิง (Entertainment) (6) โครงสร้างที่สร้างขึ้น (Superstructure) และ (7) ความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Ties) ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษา 4 ปัจจัยย่อย ส่วนอีก 3 ปัจจัยย่อยที่ไม่ได้ศึกษา เพราะจังหวัดอุบลราชธานี ยังไม่ได้มีงานกิจกรรมพิเศษ (Special Events) เช่น อีเวนต์ระดับนานาชาติ โอลิมปิกเกมส์ แชมเปียนชิพ อีกทั้งสถานบันเทิง (Entertainment) เช่น คาสิโนที่ลาสเวกัส โรงละครที่เมลเบิร์นและซิดนีย์ เป็นต้น รวมถึงโครงสร้างที่สร้างขึ้น (Superstructure) เช่น ดิสนีย์แลนด์ (Disneyland) หรือ ฮอลลีวูด (Hollywood) เป็นต้น ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานียังไม่ได้เป็นบริบทดังกล่าว จึงไม่นำมาศึกษาในการวิจัยนี้

## (2) ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources)

(2.1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หมายถึง การบริการสาธารณะของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีประกอบไปด้วย คมนาคมขนส่ง โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ศูนย์การท่องเที่ยว ระบบประปา ระบบไฟฟ้า โทรศัพท์ และการให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

(2.2) การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การเข้าถึงในจังหวัดอุบลราชธานีและการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี

(2.3) การอำนวยความสะดวกด้านทรัพยากร (Facilitating Resources) หมายถึง การอำนวยความสะดวกในด้านที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม บาร์ ผับ สวนสาธารณะ การช้อปปิ้ง เป็นต้น ที่ทำให้เกิดการผ่อนคลาย สนุกสนานหรือเพลิดเพลิน

(2.4) การให้การต้อนรับ (Hospitality) หมายถึง การให้การต้อนรับของคนในท้องถิ่นที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ในเรื่องปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุน (Supporting Factors & Resources) ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัยย่อย คือ (1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) (2) การเข้าถึง (Accessibility) (3) การอำนวยความสะดวกด้านทรัพยากร (Facilitating Resources) (4) การให้การต้อนรับ (Hospitality) (5) การประกอบการ (Enterprise) และ (6) การทุจริตคอร์รัปชัน (Political Will) ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษา 4 ปัจจัยย่อย ส่วนอีก 2 ปัจจัยย่อยที่ไม่ได้ศึกษา ประกอบไปด้วย (1) การประกอบการ (Enterprise) และ (2) การทุจริตคอร์รัปชัน (Political Will) เพราะในเรื่องของการประกอบการคือความสามารถของนักลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งงานวิจัยนี้ศึกษาเพียงมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ได้ศึกษามุมมองของการลงทุนของนักธุรกิจ รวมถึงการทุจริตคอร์รัปชันซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับภาครัฐ จึงไม่นำมาศึกษาในการวิจัยนี้

(3) นโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development)

การพัฒนา (Development) หมายถึง มุมมองด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการให้จังหวัดอุบลราชธานีมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาในด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านการตลาด เป็นต้น

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ในเรื่องนโยบายของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา (Destination Policy, Planning & Development) ประกอบไปด้วย 8 ปัจจัยย่อย คือ (1) ความหมายของระบบ (System Definition) (2) ปรัชญา/ค่านิยม (Philosophy/ Values) (3) วิสัยทัศน์ (Vision) (4) ตำแหน่ง/ การสร้างแบรนด์ (Positioning/ Branding) (5) การพัฒนา (Development) (6) การวิเคราะห์การแข่งขันและความร่วมมือ (Competitive/ Collaborative Analysis) (7) การติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation) และ (8) การตรวจสอบ (Audit) ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษาเฉพาะปัจจัยย่อยการพัฒนา (Development) ในส่วนปัจจัยย่อยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับทางภาครัฐ นโยบายภาครัฐ ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อให้ภาครัฐนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

(4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management)

(4.1) การตลาด (Marketing) หมายถึง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อออฟไลน์

(4.2) คุณภาพการบริการ/ ประสบการณ์ (Quality of Service/ Experience) หมายถึง คุณภาพการให้บริการ สื่อสาร ให้ข้อมูล แนะนำ ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาของคนในท้องถิ่น ในจังหวัดอุบลราชธานีให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แล้วเกิดความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ในเรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) ประกอบไปด้วย 9 ปัจจัยย่อย คือ (1) องค์กร (Organization) (2) การตลาด (Marketing) (3) คุณภาพการบริการ/ ประสบการณ์ (Quality of Service/ Experience) (4) ข้อมูล/ การวิจัย (Information/ Research) (5) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) (6) การเงินและการร่วมทุน (Finance & Venture Capital) (7) การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management) (8) การจัดการทรัพยากร (Resource Stewardship) และ (9) การจัดการในภาวะวิกฤต (Crisis Management) ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษา 2 ปัจจัยย่อย คือ (1) การตลาด (Marketing) และ (2) คุณภาพการบริการ/ ประสบการณ์ (Quality of Service/ Experience) ส่วนปัจจัยย่อยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในส่วนของทางภาครัฐ นักลงทุนหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว ที่จะต้องมาบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวขององค์กรภาครัฐ ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงไม่ได้นำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษา

(5) ปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants)

(5.1) สถานที่ตั้ง (Location) หมายถึง จุดหมายปลายทางในการเดินทางต่อไป หลังจากที่พักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีแล้ว

(5.2) ความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety & Security) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้สึกปลอดภัยในระหว่างที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

(5.3) ความคุ้มค่า (Value) หมายถึง ความรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายตลอดการท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม เช่น ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ค่าโดยสาร และของที่ระลึก เป็นต้น

(5.4) การรับรู้/ ภาพลักษณ์ (Awareness/ Image) หมายถึง การรับรู้ถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นตลอดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ในเรื่องปัจจัยเสริมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (Qualifying & Amplifying Determinants) ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัยย่อย คือ (1) สถานที่ตั้ง (Location) (2) ระบบความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety & Security) (3) ค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่า (Cost/ Value) (4) การพึ่งพาอาศัยกัน (Interdependencies) (5) การรับรู้/ ภาพลักษณ์ (Awareness/ Image) และ (6) ความสามารถในการรับรอง (Carrying Capacity) ซึ่งในการวิจัยนี้เลือกศึกษา 4 ปัจจัยย่อย ส่วนอีก 2 ปัจจัยย่อยที่ไม่ได้ศึกษาประกอบไปด้วย การพึ่งพาอาศัยกัน (Interdependencies) และความสามารถในการรับรอง (Carrying Capacity) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในส่วนผู้คนในท้องถิ่น หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงไม่นำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษา

จากโมเดลความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Destination Competitiveness & Sustainability) (Ritchie & Crouch, 2003) ผู้วิจัยจะนำโมเดลดังกล่าวมาวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนาเพื่อที่จะสามารถได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุมมากขึ้นจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามายังจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้นในระยะเวลายาวนานมากขึ้นได้ ดังภาพกรอบแนวคิดการวิจัยที่ 2.6

## 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Ritchie & Crouch (2003: 60-77) ดังนี้



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย