

การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศ หลังโควิด-19*

TOURISM DEVELOPMENT IN PATTAYA CITY TO SUPPORT THE COUNTRY REOPENING AFTER COVID-19 PANDEMIC

ธิตี โอภาสเอี่ยมขจร

Thiti Opasiamkajorn

กมลพร กัลยาณมิตร

Kamolporn Kalyanamitra

สถิตย์ นิยมญาติ

Satit Niyomyaht

ทัศนีย์ ลักขณาภิชนชัช

Tassanee Lakkhanapichonchat

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ประเทศไทย

Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand

E-mail: thitio@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และ 3) ศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้นำหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ตัวแทนจากภาคชุมชนท้องถิ่น และประชาชนทั่วไป จำนวน 24 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปแบบพรรณนาความ ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 มีการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งระบบ การพัฒนาบุคลากรใน

* Received 12 May 2023; Revised 7 August 2023; Accepted 10 October 2023



ทุกระดับ มีมาตรการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ และการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและการบูรณาการความร่วมมือ 2) ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 พบว่า งบประมาณมีจำกัด มีความวิตกกังวลและขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ ขาดการทำงานแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วม กฎหมาย ระเบียบไม่เอื้อต่อการดำเนินงาน การขาดแคลนแรงงานและขาดทักษะที่จำเป็น รวมถึงปัญหาระบบขนส่งสาธารณะยังขาดแคลน และ 3) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 ได้แก่ เพิ่มการพัฒนาทักษะบุคลากร พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในทุกมิติ พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมและเปิดโอกาสการมีส่วนร่วม เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ และการสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนา, การท่องเที่ยว, การเปิดประเทศ

Abstract

This research objectives were (1) to study the situation of tourism development in Pattaya City, (2) to study the problems and obstacles of tourism development in Pattaya City, and (3) to study the recommendations for tourism development in Pattaya City to support the country's opening after COVID-19. The research was qualitative. Key informants included government leaders, tourism operators, tourism associations, community leaders, representatives from local community sectors, and 24 people from the general public were selected by purposive selection. The tool used for data collection was an interview form. The data was analyzed by descriptive summary. The results found that (1) the situation of tourism development in Pattaya City to support the country's opening after COVID-19 was development and management of tourist attractions. The entire infrastructure had been developed. There was personnel development at all levels. There were measures to build confidence for tourists, focused on marketing activities throughout the year. There was public relations in both



offline and online media. There were measures to help entrepreneurs and enhancing participation and integration of cooperation, (2) the problems and obstacles of tourism development in Pattaya City to support the country's opening after COVID-19 found that the budget was limited. There was concern and lacked of confidence in the economy, lacked of integrated work and participation, laws and regulations were not conducive to operations, labor shortage and lacked of necessary skills including public transport problems were lacking, and (3) the suggestions for tourism development in Pattaya City to support the country's opening after COVID-19 found that personnel skills development, infrastructure development in all dimensions, developed and revitalized tourist attractions ongoing marketing promotion activities, encouraged and opened the opportunity to participate, enhancing the potential of entrepreneurs and building confidence with tourists.

Keywords: Tourism, Development, Country's Opening,

บทนำ

ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ภาคการท่องเที่ยวไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากและผันผวนตามสถานการณ์การแพร่ระบาดและมาตรการของภาครัฐ โดยเฉพาะช่วงล็อกดาวน์ที่จำกัดการเดินทางทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ (ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ และชุตিকা เกียรติเรืองไกร, 2565) ทำให้รายได้การท่องเที่ยวไทยในปี 2563 ลดลงเหลือ 0.79 ล้านล้านบาท หรือหดตัวมากถึง 71% เมื่อเทียบกับปี 2562 และยังได้รับผลกระทบต่อเนื่อง โดยในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2564 (มกราคม - สิงหาคม) รายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 0.14 ล้านล้านบาท หรือหดตัวลง 92% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเมื่อรวมผลกระทบนับตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วง 20 เดือน (มกราคม 2563 - สิงหาคม 2564) (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน), 2564) อย่างไรก็ดี หลังจากสถานการณ์เริ่มบรรเทาลง ภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ และเริ่มเปิดประเทศในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ในครึ่งแรกของปี 2565 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย กลับมาอยู่ที่ประมาณ 93 ล้านคน หรือ 40% ของช่วงก่อน



โควิด 19 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินักกลับมาอยู่ที่ประมาณ 2 ล้านคน หรือราว 5% ของช่วงก่อนโควิด 19 (ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ และชุตিকা เกียรติเรืองไกร, 2565)

เมืองพัทยา เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ 1 ใน 2 แห่งของประเทศไทย (อีกแห่งคือ กรุงเทพมหานคร) (ลงทุนแมน, 2564) ก่อนเหตุการณ์โควิด-19 พัทยา มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี จนในปี 2561-2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึงปีละ 16 ล้านคน แบ่งเป็นชาวไทยแค่ 1 ใน 3 ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งหมด พัทยาสร้างรายได้ถึง 2.5 แสนล้านบาท ในช่วงก่อนโควิด-19 แต่การแพร่ระบาดเมื่อปี 2563 มีคำสั่งปิดเมืองมาตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม พัทยาเริ่มปิดในช่วงต้นเดือนเมษายน ปิดนานถึง 1 เดือนเต็ม ช่วงนั้นใครจะเข้าออกเมืองพัทยา หรืออำเภอบางละมุง จำเป็นต้องมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน มีที่อยู่ หรือทำงานในเขตเมืองพัทยาเท่านั้น หรือเป็นกลุ่มขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ก็ต้องได้รับใบอนุญาต ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นจุดวิกฤตของเมืองพัทยาเช่นกัน เพราะในช่วงต้นปีซึ่งตรงกับช่วงไฮซีซั่น พัทยายังคงมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวสูงมากเป็นปกติ แต่พอมีการล็อกดาวน์ จำนวนนักท่องเที่ยวก็กลายเป็น ‘ศูนย์’ ทันทีจากการปิดน่านฟ้าและการงดเดินทางของสายการบินทั่วโลก ส่งผลให้สภาวะทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของเมืองพัทยา ในช่วงที่ผ่านมาได้หยุดชะงักลง รายได้หายไปถึง 70 เปอร์เซ็นต์ โดยเฉพาะชาวต่างชาติ เห็นได้จากอัตราการเข้าพักที่ลดน้อยลงเรื่อย ๆ จนกลายเป็นศูนย์ ต่อมาช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ก็ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเลย จึงเป็นช่วงเวลาที่ค่อนข้างลำบาก เริ่มมีการปิดกิจการหลายประเภทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง ฟิตเนส หรือสปา ทำให้ห่วงโซ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพัทยายุติชะงักไป เมืองพัทยาจัดทำแผนพัฒนาเมือง ทั้งการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชน และชุมชน โดยมีแนวคิดให้พัทยาก้าวสู่ศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวของอีอีซี ยกระดับการพัฒนาเมืองพัทยาสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก หนึ่งในแผนพัฒนาเมืองพัทยาคือการปรับปรุงซ่อมแซมถนนเสริมผิวจราจรให้มีความคงทนมากขึ้น เส้นแบ่งทิศทางจราจร ป้ายบอกทาง และไฟสัญญาณจราจร บริเวณเส้นสายหลักเส้นสุขุมวิท ถนนเลียบเมืองและสายรองในเขตรอบเมืองพัทยา เพื่อให้การเดินทาง การสัญจรสะดวกและปลอดภัย ลดการเกิดอุบัติเหตุ บริเวณชายหาดเมืองพัทยา ได้มีการปรับปรุงชายหาดแนวต้นไม้ ทางเดินบริเวณริมชายหาดให้ร่มรื่น มีจุดให้นั่งพักผ่อน ผสมผสานแนวคิดในการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยนวัตกรรมสมัยใหม่ สร้างบรรยากาศ



และเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา เพื่อเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมสำหรับผู้คนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกคนในครอบครัว

จากที่มาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 ดังนั้นการศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลการวิจัยที่ได้นี้จะทำให้ทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งนำมาใช้เป็นประโยชน์และแนวทางเพื่อปรับปรุง และพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาให้มีความพร้อมรับการท่องเที่ยวที่จะกลับมาหลังเปิดประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยารองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยารองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยในครั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 24 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริหาร ผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนจากผู้ประกอบการ และผู้แทนภาคประชาชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลไว้ล่วงหน้า



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการเก็บรวบรวมจากหนังสือ บทความวิชาการ เอกสารทางราชการ วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และสื่อ อินเทอร์เน็ต

3.2 การวิจัยภาคสนาม (Field Research) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยดำเนินการเตรียมความรู้ ทำการติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นนำเครื่องมือไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3.3 การสังเกตการณ์ (Observation) งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปอยู่ร่วมในกิจกรรมนั้นด้วยในฐานะสมาชิกคนหนึ่งในปรากฏการณ์นั้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาแยกประเด็นตามคำถาม ก่อนจะนำข้อมูลนั้นไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ และหาข้อสรุปให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำเสนอข้อมูลแบบบรรยายและความเรียง

ผลการวิจัย

จากการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. สภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

การศึกษาถึงสภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 เป็นการศึกษาถึงนโยบาย มาตรการ และกระบวนการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาลงจากรัฐบาลได้มีนโยบายเปิดประเทศภายหลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผ่านคลายลง จากการศึกษาได้พบสภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 ดังนี้

1.1 การส่งเสริมสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่



เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเน้นกิจกรรมและความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ของเมืองพัทยา มีการจัดระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของเมืองพัทยาท่อนักท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดใหม่ และให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของตลาดโลก

1.2 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาครัฐได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งระบบให้ครบถ้วน มีคุณภาพ และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของโควิด-19 และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ และทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงและพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงและสะดวกสบาย การแก้ปัญหาการจราจรติดขัด การบริหารจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว

1.3 การส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในทุกระดับให้ได้รับความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติที่เหมาะสม

1.4 การสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดนโยบายและมาตรการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในด้านความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และด้านสาธารณสุข มีการสร้างความพร้อมในการรับมือ การควบคุมและป้องกันโรคระบาด นอกจากนี้ก็ยังปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ของเมืองพัทยา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าจะมีความสุขและสะดวกสบายเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยาหลังจากวิกฤติโควิด-19

1.5 การยกระดับศักยภาพการตลาดและประชาสัมพันธ์ พบว่า ด้านการตลาดนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะเน้นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวที่หลากหลายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมและบุกเบิกตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ และเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อโอกาสทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้านการประชาสัมพันธ์จะใช้ทั้งสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)



1.6 การเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีมาตรการและการดำเนินการที่สำคัญเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ทั้งการสร้างสภาพคล่องสำหรับดำเนินธุรกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะการทำงาน การส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อยกระดับธุรกิจ การจัดกิจกรรมและโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว รวมถึงการให้คำปรึกษา การอำนวยความสะดวก และปรับปรุงแก้ไขกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

1.7 การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการบูรณาการการทำงานร่วมกัน พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม และสร้างโอกาสต่าง ๆ หรือพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ขณะเดียวกันการบูรณาการความร่วมมือกัน มีการวางแผนการพัฒนาร่วมกัน การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมทางการตลาด

2. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

ในการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีงบประมาณจำกัด ความวิตกกังวลและขาดความเชื่อมั่นจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจภาคส่วนต่าง ๆ ยังขาดการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ และการเปิดโอกาสของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานยังไม่มากนัก กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ยังไม่เอื้อต่อการดำเนินงาน การขาดแคลนแรงงาน และขาดทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงาน รวมถึงปัญหาระบบขนส่งสาธารณะ สภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก



3. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

ในส่วนข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 พบว่า ต้องมีการพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมในทุกมิติ เชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยว พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยเหลือและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญในด้านสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สำหรับกลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงและแก้ไขจุดอ่อนที่สามารถใช้โอกาสได้ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ในส่วนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนที่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและปลอดภัย และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน

อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัย พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19

1.1 การส่งเสริมสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเน้นกิจกรรมและความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ของเมืองพัทยา มีการจัดระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของเมืองพัทยาต่อนักท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดใหม่ และให้สอดคล้องกับกระแสดemandความต้องการของตลาดโลก สอดคล้องกับแนวคิดของ Pike (2008) กล่าวว่า แหล่ง



ท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) (2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) (3) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Attraction) (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (5) กิจกรรม (Activities) และ (6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) (Pike, S. D., 2508) และสอดคล้องกับการศึกษาของดลยา จาตุรงค์กุล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจการท่องเที่ยววิเคราะห์ได้ 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่ 1 การท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยที่ 3 ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่ 4 การส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยว (ดลยา จาตุรงค์กุล, 2565)

1.2 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ได้พบว่า ภาครัฐได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งระบบให้ครบถ้วน มีคุณภาพ และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของโควิด-19 และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ และทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงและพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงและสะดวกสบาย การแก้ปัญหการจราจรติดขัด การบริหารจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยพื้นที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของฉันทัช วรรณธอม (2552) กล่าวว่า โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น องค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว เพราะความสะดวกในการเข้าถึงและความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จะย่อมขึ้นอยู่กับระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ท่าอากาศยาน ท่าเทียบเรือ ระบบทางถนน ระบบทางรถไฟระบบการสื่อสารระบบการคมนาคมระบบสาธารณูปโภคและระบบการกำจัดของเสีย เป็นต้น (ฉันทัช วรรณธอม, 2552) และสอดคล้องกับการศึกษาของวันชัย จิงวิบูลย์สฤติย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่อธิบายความพร้อมของหน่วยงานหลักในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ต้องรับดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างเร่งด่วนเนื่องจากมีผลกระทบโดยตรงกับการท่องเที่ยว ต้องมีการวางแผนสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่



เสื่อมโทรม เพื่อรีบฟื้นฟูให้กลับสภาพเดิมโดยเร็ว ทั้งนี้เพื่อรักษาภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก (วันชัย จิงวิบูลย์สฤตย์, 2560)

1.3 การส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ที่ได้พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในทุกระดับให้ได้รับความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติที่เหมาะสม สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในแทบทุกมิติ อันเป็นผลมาจากการระบาดของโควิด-19 เพื่อพัฒนาและยกระดับศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา สอดคล้องกับแนวคิดของร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ได้กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงาน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และมีวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และช่วยยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยว (ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547) และสอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี (2565) ได้ศึกษาเรื่อง “เมืองพัทยา”: ความท้าทายด้านการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิกฤติโควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยাজำเป็นต้นเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น กระบวนการทำงาน บุคลากรในองค์กร พันธมิตรทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ บริการหรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ราคา เพิ่มช่องทางการจำหน่าย ส่งเสริมการนำเสนอและการสร้างภาพลักษณ์ สร้างแพลตฟอร์มที่หลากหลาย และกำหนดการชำระเงิน ให้ตอบโจทย์กับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน (พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี, 2565)

1.4 การสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว ที่ได้พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดนโยบายและมาตรการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในด้านความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และด้านสาธารณสุข มีการสร้างความพร้อมในการรับมือ การควบคุมและป้องกันโรคระบาด นอกจากนี้ก็ยังปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ของเมืองพัทยา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าจะมีความสุขและสะดวกสบายเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยาหลังจากวิกฤติโควิด-19 สอดคล้องกับแนวคิดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) การศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว มากขึ้น ประกอบกับการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมีส่วนในการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจาก



วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด การก่อการร้าย การชุมนุมประท้วง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) และสอดคล้องกับการศึกษาของบริสุทธิ์ แสนคำ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้มีผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมากทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวในประเทศไทยและระหว่างประเทศ รวมทั้งทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป โดยคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงไป 3 รูปแบบ คือ (1) เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นอันดับแรก (2) เดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และ (3) เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว Unseen ผู้คนไม่พลุกพล่าน อย่างไรก็ตาม หลังสถานการณ์โควิด-19 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีความท้าทายในการปรับวิถีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norms) เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็น กลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (บริสุทธิ์ แสนคำ, 2563)

1.5 การยกระดับศักยภาพการตลาดและประชาสัมพันธ์ ที่ได้พบว่า ด้านการตลาดนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะเน้นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวที่หลากหลายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมและบุกเบิกตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ และเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อโอกาสทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้านการประชาสัมพันธ์จะใช้ทั้งสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) สอดคล้องกับแนวคิดของMill (1990) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, R. C., 1990) และสอดคล้องกับการศึกษาของดลยา จาตุรงค์กุล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจการท่องเที่ยววิเคราะห์ได้ 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่ 1 การท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยที่ 3 ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่ 4 การส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยว (ดลยา จาตุรงค์กุล, 2565)



1.6 การเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ ที่ได้พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีมาตรการและการดำเนินการที่สำคัญเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ทั้งการสร้างสภาพคล่องสำหรับดำเนินธุรกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะการทำงาน การส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อยกระดับธุรกิจ การจัดกิจกรรมและโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว รวมถึงการให้คำปรึกษา การอำนวยความสะดวก และปรับปรุงแก้ไขกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการปรับตัวด้านธุรกิจท่องเที่ยว ใช้หลักการ 9Ps เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์, 2563)

1.7 การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ที่ได้พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม และสร้างโอกาสต่าง ๆ หรือพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ขณะเดียวกันการบูรณาการความร่วมมือกัน มีการวางแผนการพัฒนาร่วมกัน การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมทางการตลาดสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเมืองพัทยา (พ.ศ.2561 - 2565) ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างการบูรณาการการพัฒนา กับหน่วยงาน องค์กร และท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับการศึกษาของนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการปรับตัวด้านการฟื้นตัวเศรษฐกิจในการท่องเที่ยว ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลา เชื่อถือได้ ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือกับคู่เจรจา และหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในมาตรการสนับสนุนและบรรเทาทุกข์ในภาคการท่องเที่ยว เพื่อรับมือกับความท้าทายในสถานการณ์นี้ (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์, 2563)



2. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีงบประมาณจำกัด ความวิตกกังวลและขาดความเชื่อมั่นจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ ภาคส่วนต่าง ๆ ยังขาดการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ และการเปิดโอกาสของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานยังไม่มากนัก กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ยังไม่เอื้อต่อการดำเนินงาน การขาดแคลนแรงงาน และขาดทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงาน รวมถึงปัญหาระบบขนส่งสาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2564) กล่าวถึง สภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และปัจจัยภายนอก อาทิ สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาแห่งการปฏิรูป เพื่อให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูปเพื่อประสานประโยชน์และสามารถ อยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2564) และสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติชัย วรรณไกรรุ่ง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย คือ ด้านการบังคับใช้กฎหมายตามประกาศกระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมใน บริเวณพื้นที่ อำเภอบางละมุง และอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี พ.ศ.2553 ขณะที่การใช้อำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ.2542 และด้านการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการผังเมือง และกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ยังไม่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กิตติชัย วรรณไกรรุ่ง, 2561)

3. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 พบว่า ต้องมีการพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมในทุกมิติ เชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยว



พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยเหลือและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญในด้านสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ McIntosh and Goeldner (1986) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง ผลของการปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับ นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ (McIntosh R.W. and Goldner C.R., 1986) และสอดคล้องกับการศึกษาของคันสนีย์ กระจำโนม และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤติการณ์การระบาด โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ควรดำเนินการเชิงรุกได้แก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติและการทำงานการตลาดเชิงรุก กลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงและแก้ไขจุดอ่อนที่สามารถใช้โอกาสได้ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมคนในชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนที่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและปลอดภัย และกลยุทธ์ที่ต้องหาทางผ่านพ้นจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค ได้แก่ การพัฒนาความปรกติใหม่ของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง อย่างยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน (คันสนีย์ กระจำโนม และคณะ, 2564)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 นำเสนอได้ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ (1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน ควรทบทวนและปรับแก้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในภาคการท่องเที่ยว ให้เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาของทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน (2) หน่วยงานภาครัฐที่



เกี่ยวข้องควรมีการวางระบบการบริหารงานราชการแบบบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แก้ปัญหาการขาดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน และให้เกิดการทำงานเชิงรุกร่วมกัน และ(3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะในเมืองพัทยา และเชื่อมต่อพื้นที่โดยรอบ เพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และแก้ปัญหาด้านการจราจรและการขนส่งในเขตเมืองพัทยา 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ได้แก่ (1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้มีความหลากหลาย มีความปลอดภัย รวมถึงสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อขยายตลาดด้านการท่องเที่ยว และให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ควรร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และ (3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามาส่วนร่วม ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และในการทำงานควรมีการบูรณาการกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 และ3) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ (1) ควรศึกษาบทบาทของผู้นำท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 (2) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 และ (3) ควรศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในมุมมองที่กว้างขวางและชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อรองรับการเปิดประเทศหลังโควิด-19 เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.

เรียกใช้เมื่อ 12 มิถุนายน 2565 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114



- กิตติชัย วรรณไกรรุ่ง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเมืองพัทยา. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2564). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564 - 2565). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- ณัฐอร เบญจปฐมรงค์ และชุตিকা เกียรติเรืองไกร. (2565). การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทยกับก้าวต่อไปหลังเปิดประเทศ. เรียกใช้เมื่อ 28 กันยายน 2565, จาก <https://www.bot.or.th/>
- ดลยา จาตุรงค์กุล. (2565). การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 1-16.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 1-25.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(1), 160-167.
- พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี. (2565). "เมืองพัทยา": ความท้าทายด้านการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้วิกฤตโควิด-19. วารสารมหาวิทยาลัยพัฒนาเชิงพื้นที่, 1(2), 1-10.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ลงทุนแมน. (2564). นักท่องเที่ยวต่างชาติสำคัญกับเศรษฐกิจพัทยามากแค่ไหน ? เรียกใช้เมื่อ 28 กันยายน 2564 จาก <https://www.longtunman.com/27507>.
- วันชัย จิงวิบูลย์สถิตย์. (2560). ปัจจัยที่อธิบายความพร้อมของหน่วยงานหลักในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. ใน (ดุชนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยชินวัตร.



คันสนีย์ กระจำโนม และคณะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนภายใต้วิกฤติการณ์การระบาดโควิด-19. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 41(1), 2-20.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2564). Ttb analytic ประเมินผลกระทบโควิดภาคการท่องเที่ยวช่วงที่ผ่านมา. เรียกใช้เมื่อ 25 กันยายน 2565 จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailandafter-unlocking>.

McIntosh R. W. and Goldner C. R. (1986). Tourism Principles, Practices, Philosophies. New York: John Wiley & Son.

Mill, R. C. (1990). Tourism: The International Business. New Jersey: Prentice Hall.

Pike, S. D. (2508). Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach. Burlington. MA: Butterworth-Heinmann.