

การท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนา: กรุงเทพมหานคร Urban Tourism and Development: Bangkok

เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44150

Pechladda Pechpakdee

Assistant Professor, Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts,
Maha Sarakham University, Kantarawichai District, Maha Sarakham, Thailand, 44150

Email: Petchladda.p@msu.ac.th

บทคัดย่อ

กับการท่องเที่ยวในเขตเมือง เป็นประเด็นใหม่ที่ยังไม่ค่อยมีการศึกษามากนักในการทำความเข้าใจกับมิติกายภาพที่เกี่ยวข้ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบเมืองกับการวางแผนการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเมือง บทความฉบับนี้ ได้ศึกษาการท่องเที่ยวแบบเมืองของกรุงเทพมหานครในเชิงคุณภาพ วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเมืองของกรุงเทพมหานคร โดยเน้นมิติด้านกายภาพเป็นหลัก ตลอดจนเพื่อเข้าใจถึงสถานการณ์และความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบเมือง และการพัฒนาเมืองของกรุงเทพมหานคร ในองค์ประกอบหลัก (Primary Elements) องค์ประกอบรอง (Secondary Elements) และ องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional Elements) วิธีการศึกษา ศึกษานิยาม ทฤษฎี แนวความคิดที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวแบบเมือง องค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเมือง ศึกษานักท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ และภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยมีความมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองกับความสัมพันธ์ และความสำคัญของการพัฒนาเมือง ผลการศึกษา กรุงเทพมหานครองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองที่ดีเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจาก มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ร้านอาหาร การช้อปปิ้ง ความหลากหลายมีชีวิตชีวา อย่างไรก็ตาม แม้กรุงเทพและสิงคโปร์จะเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาค แต่ทั้งสองเมืองก็มีความแตกต่างในบริบท กล่าวคือ สิงคโปร์กำลังพยายามสร้างความหลากหลายบนพื้นที่ที่จำกัด กรุงเทพยังคงต้องการส่งเสริมในด้านการอำนวยความสะดวกในด้านองค์ประกอบส่วนเพิ่ม คือ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งยังคงเป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพเนื่องจากแนวโน้มการท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) และนักท่องเที่ยวที่เที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (FIT- Foreign Independent Tourism) มากขึ้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวในเขตเมือง, การพัฒนาเมือง, องค์ประกอบหลัก, องค์ประกอบรอง, องค์ประกอบส่วนเพิ่ม

Abstract

Urban tourism is a new issue. There is a few research studies for understanding of physical things, urban tourism elements, and urban development. This paper explores the qualitative data of urban tourism issues in Bangkok through the definitions, theories, concepts of urban tourism, urban tourism elements, tourist types, and agencies. Objectives: The objectives of this paper are to lay the knowledge foundation of urban tourism in Bangkok by focusing physical elements and to understand the situations and the problems of urban tourism in Bangkok with the primary elements, the secondary elements, and the additional elements. Methodology: To Study the definitions of related theories and concepts of urban tourism, urban tourism elements and to explore the various forms of tourists and related parties for understanding urban tourism and the relationships and importance of urban development. Results: Bangkok has good primary and secondary elements as a strength to attract tourists because of cultural attractions, nature, restaurants, shopping, and lively variety. Although Singapore and Bangkok are the leading cities of urban tourism in this region. Singapore is attempting to create the varieties based on limited land. Bangkok still needs to promote the convenience of additional components which is the travel facilities for tourists. This is a major weakness of tourism in Bangkok since the tendency of Solo tourists (So Lo Mo) and tourists who travel independently (FIT- Foreign Independent Tourism) will be increased.

Keywords: Urban Tourism, Urban Development, Primary Elements, Secondary Elements, Additional

Received: May 14, 2020; **Revised:** June 15, 2020; **Accepted:** June 25, 2020

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมากซึ่งจัดเป็นยุทธศาสตร์สำคัญหนึ่งของประเทศไทยในการสร้างโอกาสในการกระจายรายได้สู่เมือง ชุมชน ตลอดจนการจ้างงานในประเทศ โดยประเทศไทยได้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจนประสบผลสำเร็จด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ จากรายงานผลสำรวจ “สุดยอดจุดหมายปลายทางโลก ประจำปี 2559” (Mastercard Global Destination Cities Index) ที่จัดทำโดยมาสเตอร์การ์ดติดต่อกันเป็นปีที่ 6 พบว่า กรุงเทพมหานคร คว้าแชมป์อันดับหนึ่งเมืองที่มีผู้เดินทางมาเยือนมากที่สุดในโลก ด้วยจำนวน 21.47 ล้านคน และจากข้อมูลของบริษัทวิจัย Euromonitor International ทางฝั่งประเทศอังกฤษ เปิดเผยรายงานการศึกษาประจำปี 2017 ชื่อ Top 100 City Destinations Ranking ซึ่งเป็นการจัดอันดับจำนวน นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปเมืองสำคัญๆ ทั่วโลก 100 เมือง ในปี 2015 โดยกรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา ติดอันดับอยู่ใน 20 เมืองปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดย กรุงเทพฯ มาเป็นอันดับ 2 มีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 18.7 ล้านคน เพิ่มขึ้น 10% จากการรวบรวมตัวเลขในปี 2015 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้น น่าสนใจว่า Euromonitor ตั้งข้อสังเกตว่า ในอนาคตเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันกันระหว่างเมืองมากขึ้น มีการติดต่อทำธุรกิจอย่างเข้มข้นขึ้น ส่งผลต่อการเดินทางของผู้คนระหว่างเมืองต่าง ๆ จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต จากฐานะทางเศรษฐกิจที่ใหญ่โตของเมือง ทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกให้ความสำคัญในเรื่องการเดินทางระหว่างเมืองและภายในเมือง หากพิจารณาถึงปัจจัยหลักที่เป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเภทยอดนิยมเดินทางมากรุงเทพฯ ในเบื้องต้นสามารถพิจารณาได้ว่าปัจจัยหลัก ประกอบด้วย (1) ท่าอากาศยานของกรุงเทพฯ เป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมต่อการเดินทางจากทั่วโลก (2) มีการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบคมนาคม (3) ค่าครองชีพไม่สูง เมื่อเทียบกับเมืองใหญ่ของโลก และ (4) ความหลากหลาย ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว ตั้งแต่ระดับไฮเอนด์ (High End) ไปจนถึงระดับมวลชนทั่วไป (Mass) 5. เป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ด้วยจุดแข็งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับ

ได้มีการประเมินอนาคตของกรุงเทพมหานครไว้ว่า เมื่อโครงการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเมืองแล้วเสร็จ จะทำให้ศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานของไทยทัดเทียมกับนานาประเทศ เช่น สัดส่วนความยาวเส้นทางรถไฟฟ้าต่อประชากร ในกรุงเทพฯ จะเพิ่มเป็น 23 กิโลเมตร/ล้านคนซึ่งใกล้เคียงกับเมืองใหญ่อย่างโตเกียว อีกทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศที่กรุงเทพฯ ได้ปรับปรุงอยู่ จะช่วยเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมการบินของประเทศและส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม กรุงเทพมหานครก็มีจุดอ่อนและความท้าทาย ยังต้องเผชิญทั้งจากบริบทปัจจุบันและอนาคต ทั้งจากปัจจัยภายในของตัวกรุงเทพมหานคร และทั้งจากปัจจัยภายนอกจากการพัฒนาอย่างไม่หยุดของเมืองอื่น ๆ เป็นเหตุให้กรุงเทพฯ ต้องมีพัฒนาปรับปรุงต่อเนื่อง คือ การพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน ที่ต้องมีการยกระดับให้ดีขึ้น แม้ว่ากรุงเทพมหานคร จะได้รับการโหวตจากบรรดานักท่องเที่ยวให้เป็นเมืองน่าเที่ยว แต่เมื่อ The Economist Intelligence Unit (EIU) จัดอันดับเมืองน่าอยู่กลับได้อันดับ 102 จาก 140 ประเทศ โดยกรุงเทพมหานครได้คะแนนโดยรวมเพียง 62.5 คะแนน ซึ่งเป็นรองเมืองสิงคโปร์ และเมืองกัวลาลัมเปอร์ของประเทศมาเลเซียที่ได้คะแนน 88.7 และ 75.2 ตามลำดับ โดยกรุงเทพมหานครมีปัญหาหลัก คือ ด้านความปลอดภัยอย่างเห็นได้ชัด โดยได้คะแนนเพียง 40 คะแนนเท่านั้น ซึ่งมีเพียง 10 เมืองจาก 140 เมือง โดยจากผลการสำรวจที่เทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่ง EIU ได้สำรวจมา 8 เมือง 7 ประเทศ ความปลอดภัยกรุงเทพมหานครของไทยรั้งอยู่อันดับสุดท้าย น้อยกว่าเมืองพนมเปญของกัมพูชาที่ได้คะแนนความปลอดภัย 60 คะแนน เมืองฮานอยและเมืองโฮจิมินห์ซิตี้ของประเทศเวียดนามที่ได้ 55 คะแนนเท่ากัน, เมืองจาการ์ตาของอินโดนีเซีย ที่ได้ 50 คะแนน เมืองมะนิลาของฟิลิปปินส์ที่ได้ 60 คะแนน เมืองสิงคโปร์ที่ได้ 95 คะแนน และกัวลาลัมเปอร์ที่ได้ 80 คะแนน ขณะที่ขณะด้านอื่น ๆ กรุงเทพมหานครได้คะแนนในเกณฑ์ระดับปานกลาง 60-70 คะแนน ได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านโครงสร้างพื้นฐาน

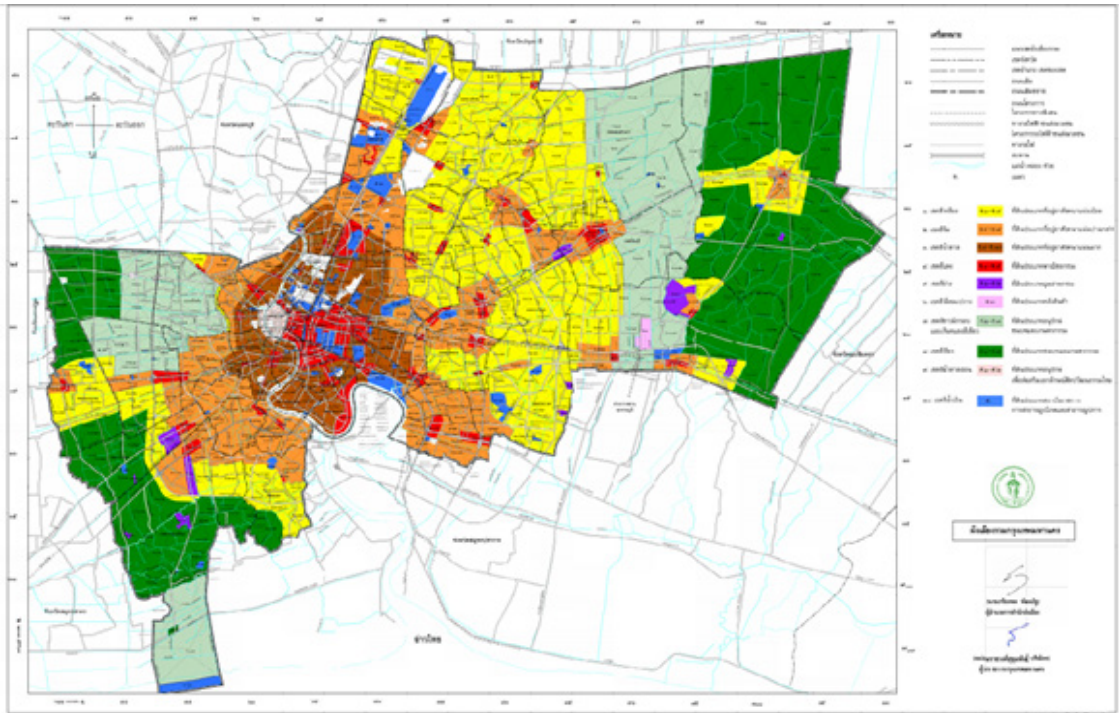
บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของการท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร รวมทั้งปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองโดยมีการพิจารณาจากการจำแนกทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตเมืองซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบรอง และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Law, 2002) เพื่อวิเคราะห์ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเมืองของกรุงเทพมหานครที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต เพื่อนำไปสู่การแตกยอดความคิดในการพัฒนาเมือง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเมืองของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อทำความเข้าใจกับการท่องเที่ยวแบบเมืองในกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาเมืองมีความสำคัญและความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบเมืองจากองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบรอง และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม

3. ขอบเขต

- 3.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่
พื้นที่ในเขตผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
 ที่มา: สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร (2556)

3.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

นิยามของการท่องเที่ยวแบบเมือง การท่องเที่ยวในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาในประเด็น องค์ประกอบหลัก องค์ประกอบรอง และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม ความแตกต่างการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานครและนครรัฐสิงคโปร์

4. นิยามการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) แนวคิดที่เกี่ยวข้อง และการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานคร

ในส่วนนี้เป็นการทำความเข้าใจกับนิยามและที่มาของการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) เพื่อจะได้ทราบถึงบริบทการท่องเที่ยวในเขตเมืองพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีบทบาทเป็นเมืองหลวงของประเทศและมีการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ โดยปัจจุบัน การท่องเที่ยวแบบเมืองหรือการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) ของกรุงเทพฯ มีความโดดเด่นมากขึ้น เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ หน่วยงานราชการ การเติบโตด้านการค้า บริการและการท่องเที่ยว จึงทำให้ตัวเมืองเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำเป็นจะต้องทราบถึงพื้นฐานของการท่องเที่ยวว่าเมืองประกอบไต่บ้างที่ต้องคำนึงถึง โดยพิจารณาจากนิยาม แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ ๘๘๘๘การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองให้ยั่งยืน

4.1 นิยาม ปัจจัย ความสัมพันธ์ระหว่างเมืองและนักท่องเที่ยวในเขตเมือง

The European Commission (EC) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวในเขตเมือง คือ “ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในเมืองที่นำเสนอให้กับผู้เยี่ยมชมเยือนที่มาจากที่อื่น” นอกเหนือจากนี้ (Verbeke, 1996) อธิบายว่าการท่องเที่ยวในเขตเมือง หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมชมตึก อาคารที่มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเก่าแก่หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ โรงละคร การชมการแข่งขันกีฬา การเข้าร่วมเทศกาล การชื่นชมทัศนียภาพและภูมิสถาปัตยกรรมของเมือง

อย่างไรก็ดี (Uysal, 2015) ได้เสนอว่า การนิยามการท่องเที่ยวในเขตเมืองโดยการเน้นที่คำว่า “เมือง” เพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอ เนื่องจากกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชมเมืองสามารถทำได้นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงสิ่งที่เป็นเมืองเท่านั้น กล่าวคือ นอกจากจะสามารถเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองได้แล้ว ผู้เยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยวยังสามารถทำกิจกรรมอื่น เช่น บริการด้านสุขภาพซึ่งไม่จำเป็นต้องพบได้ในเมืองเพียงเท่านั้น ดังนั้น Gilbert และ Clarke จึงสรุปว่า “การศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองคือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบกับสภาพแวดล้อมของเมือง” (Gilbert and Clarke, 1997)

การท่องเที่ยวในเขตเมืองเกิดขึ้นได้ด้วยสองปัจจัยหลัก ได้ปัจจัยที่หนึ่ง คือ โลกาภิวัตน์ (Globalization) การเปลี่ยนจากยุคอุตสาหกรรม (Deindustrialization) และการพัฒนาเข้าสู่สังคมเมือง (Urbanization) ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวให้เข้ามามากขึ้น และเมืองก็เริ่มพัฒนาศูนย์วัฒนธรรมและนิทรรศการ ศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า และมีการจัดกิจกรรมอย่างยิ่งใหญ่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่ได้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพิ่มขึ้น และเป็นวัฏจักรของการพัฒนาสืบเนื่องต่อไป นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือหรือการรวมกลุ่มกันระหว่างประเทศ ภายในภูมิภาค และภายนอกภูมิภาค เช่น สนธิสัญญาความร่วมมือ Schengen Area ในทวีปยุโรป หรือการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้คนสามารถเดินทางระหว่างชายแดนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น สายการบินต้นทุนต่ำหรือเรือสำราญสามารถดำเนินการได้สะดวกมากยิ่งขึ้นส่งผลให้การท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น (สถาบันบริหารธุรกิจศึคินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551) ปัจจัยที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงจากยุคอุตสาหกรรมมาสู่ภาคการบริการมากขึ้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ของการจ้างงาน การลงทุน วิถีชีวิตของคนเมือง ตลอดจนสภาพทางกายภาพเดิมของการเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมบางแห่งสามารถถูกนำเอามาพัฒนาเปลี่ยนแปลงเป็นจุดท่องเที่ยวและจุดวัฒนธรรมใหม่ๆ เช่น ถูกเปลี่ยนเป็นที่อยู่อาศัย ศูนย์การค้า และสถานบันเทิง ซึ่งเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตเมืองในปัจจุบัน เช่น Asiatic The Riverfront เป็นศูนย์การค้าแนวราบริมแม่น้ำขนาดใหญ่ ซึ่งเดิมเคยเป็นที่ตั้งของท่าเรือและบริษัทอีสต์เอเชียติก บริษัทเดินเรือสัญชาติเดนมาร์กที่มาเปิดกิจการในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยสร้างเป็นโกดัง โรงเลื่อย หรือโครงการอุตสาหกรรม B&W Halleerne บนเกาะ Refshaleøen ในเมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ได้ถูกเปลี่ยนเป็นที่จัดการแข่งขันประกวดเพลงระดับนานาชาติประจำปีของทวีปยุโรปที่มีชื่อว่า Eurovision Song Contest (เรื่องเดียวกัน) ซึ่งจะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองนั้นมีความเป็นพลวัตตามบริบทของสังคมเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยที่เมืองเป็นแหล่งรวมกิจกรรมที่หลากหลาย เมืองจึงเป็นพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการรวมตัวผู้คนเข้ามาในเมือง เพื่อกิจกรรมการอยู่อาศัย การแสวงหาโอกาสในการทำงาน กิจกรรมบันเทิงนันทนาการและการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการพัฒนาเข้าสู่สังคมเมืองส่งผลสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตเมืองมากขึ้น มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร และการบริโภค ซึ่งล้วนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในตัวเมือง Fainstein และ Judd (1999) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวในเขตเมืองมีผู้เล่นที่สำคัญอยู่ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเมือง โดยอธิบายว่าทั้ง 3 กลุ่มมีความเชื่อมโยงกันโดยร่วมกันสร้างระบบนิเวศที่ซับซ้อนขึ้นมา คือ ความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนดวิถีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของเมือง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองเพื่อให้ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ibid., 1999) ซึ่งได้มีการอธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเมืองกับการท่องเที่ยวว่า มี 2 ความเป็นไปได้ที่แนวความคิด “การท่องเที่ยว” และ “เมือง” มารวมกัน คือ (1) ลักษณะเฉพาะของเมืองในฐานะแหล่งชุมชนมีส่วนในการสร้างการท่องเที่ยวและการพักผ่อน และนำไปสู่การท่องเที่ยวในเขตเมือง หรือในทางกลับกัน (2) การท่องเที่ยวในเขตเมืองส่งผลให้เมืองพัฒนาไปในรูปแบบที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว (Ashworth, 2011)

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) คือ ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่จุดหมายปลายทางที่เป็นเมือง แต่หมายรวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รวมถึงการเยี่ยมชมเมืองและย่านชุมชนที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือสถาปัตยกรรม เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือศิลปกรรม และการประชุมตลอดจนเข้าร่วมวิถีชีวิตของผู้คนที่ถือว่าเป็นเมือง ตัวอย่างการท่องเที่ยวในเขตเมือง เช่น กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร เป็นเมืองได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) ในแต่ละวันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาลอนดอนมักจะเดินทางไปเยี่ยมชมหอนาฬิกาบิ๊กเบน (Big Ben) อาคารรัฐสภา จตุรัสทราฟัลการ์ ในส่วนกรุงปารีส ซึ่งเป็นนครหลวงของประเทศฝรั่งเศส ก็เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ

เช่น หอไอเฟล พระราชวังแวร์ซายส์ ห้างร้านต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับในเมืองใหญ่ ๆ ในเอเชีย ซึ่งในลำดับต่อไปจะเป็นการจำแนกองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองเพื่อถ่ายทอดการทำ ความเข้าใจการท่องเที่ยวในเขตเมืองที่มีความหลากหลายซับซ้อน และสัมพันธ์กัน

4.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมือง

การท่องเที่ยวในเขตเมืองนั้นมียุคประกอบที่หลากหลาย โดย Christopher Law ได้ทำการจำแนกทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตเมืองออกเป็น 3 ส่วน คือ องค์ประกอบหลัก (Primary elements) องค์ประกอบรอง (Secondary elements) และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements) โดยองค์ประกอบหลัก จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่จุดหมายปลายทางนั้น ๆ ส่วนองค์ประกอบรอง ซึ่งรวมถึง ที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง และการคมนาคมขนส่ง หรือการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบส่วนเพิ่มที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกล้วนก็ล้วนก็สำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการท่องเที่ยวในเขตเมืองดังกล่าวเช่นเดียวกัน ตัวอย่างขององค์ประกอบที่สามารถทำให้การท่องเที่ยวในเขตเมืองประสบความสำเร็จ เช่น เขตประวัติศาสตร์ บริเวณริมน้ำ ศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ เขตท่องเที่ยวพิเศษ บุคลากรและผู้คนที่ท้องถิ่นซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าภาพ และร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น (Law, 2002)

ตารางที่ 1 สรุปลักษณ์ประกอบของการท่องเที่ยวในเขตเมือง

องค์ประกอบหลัก (Primary Elements)	
แหล่งกิจกรรม (Activity Place) สถานที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Facilities) - พิพิธภัณฑ์ - โรงละครและภาพยนตร์ - สถานที่จัดการแสดงคอนเสิร์ต - ศูนย์ประชุม - อื่นๆ - ศูนย์กีฬาในร่มและกลางแจ้ง สถานบันเทิง (Amusement Facilities) - ไนท์คลับ - คาสีโน	ลักษณะของพื้นที่ท่องเที่ยว (Leisure Setting) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Characteristics) - เขตเมืองเก่า - อาคารที่น่าสนใจ - อนุสาวรีย์และรูปปั้น - สวนและพื้นที่สีเขียว - พื้นที่บริเวณริมน้ำ ลักษณะทางสังคม (Socio-cultural features) - ความเป็นชีวิตชีวาของชุมชน - ภาษา - ขนบธรรมเนียม ประเพณี และเครื่องแต่งกาย - มรดกทางวัฒนธรรม - ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น - ความปลอดภัย
องค์ประกอบรอง (Secondary elements)	องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements)
- ที่พัก - ร้านอาหาร - ร้านค้าและแหล่งช้อปปิ้ง - ตลาด	- การเข้าถึงสำหรับคนพิการ - คมนาคมขนส่ง - ที่จอดรถ - ข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง หรือแผนที่

ในการทราบถึงการจำแนกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบเมืองนั้น จะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (primary elements) องค์ประกอบรอง (secondary elements) และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (additional elements) ของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบในกรุงเทพมหานคร เพื่อเข้าใจถึงลักษณะปัญหา และศักยภาพของแต่ละองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีในกรุงเทพฯ นำไปสู่การอธิบายถึงการพัฒนาร่องเที่ยวในเขตเมืองดังกล่าวประสงค์ของบทความนี้

5. ข้ออภิปราย

5.1 การท่องเที่ยวในเขตเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา

ด้วยความเจริญทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาโดยเฉพาะในทวีปเอเชียมีการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวในเขตเมือง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองหรือการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศที่กำลังพัฒนายังมีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากนักวิจัยทางการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศตะวันตกมากกว่า ในส่วนของการท่องเที่ยวในประเทศกำลังพัฒนานั้น Opperman และ Chon (1997) อธิบายว่าในประเทศที่กำลังพัฒนา นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับที่พักริมหาดมากกว่าเที่ยวอยู่ในเมือง อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมือง และด้านภูมิศาสตร์บางกลุ่มได้เริ่มหันมาให้ความสนใจมากขึ้น (Oppermann & Chon, 1997) โดยเฉพาะการศึกษาในเรื่องของวิถีชีวิตการท่องเที่ยวในเขตเมืองสามารถนำมาใช้ได้ในประเทศที่กำลังพัฒนา และการวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวในเขตเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา Mullins (1999) กล่าวว่าเมืองที่มีขนาดใหญ่เกือบทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เริ่มหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นโอกาสในการขยายตัวด้านบริโภค (Expand Consumption Opportunities) ซึ่งสนับสนุนความเจริญทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดทำการท่องเที่ยว และตลาดที่มีการซื้อขายบริการและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการต่างชาติและผู้ประกอบการท้องถิ่น (Mullins, 1999) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นตัวละครสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะสำหรับประเทศที่เป็นประเทศหลักของการท่องเที่ยว เช่น ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย Mullins มีความเห็นว่า สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ “ประเทศที่เศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต (Dynamic) และเป็นทุนนิยมมากเท่าไร ประเทศก็จะมีการพัฒนาเป็นรูปแบบเมืองมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวจากต่างชาติได้ดีขึ้น” (ibid.) ซึ่งการอธิบายของมุลลิน (Mullins) ได้สะท้อนถึงความเป็นเมืองท่องเที่ยวในทีโดตเด่นของกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจนติดอันดับต้นๆของโลกมาในระยะหลังๆ เนื่องจากความเป็นเมืองศูนย์กลางหลายด้าน มีกิจกรรมที่หลากหลาย มีเศรษฐกิจที่เป็นพลวัต และศูนย์กลางในการเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ โดยในส่วนตัวต่อไปนี้จะเป็นการจำแนกองค์ประกอบหลัก (primary elements) องค์ประกอบรอง (secondary elements) และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements) ของกรุงเทพมหานคร เพื่อทำความเข้าใจถึง ความโดดเด่น ศักยภาพและปัญหาของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองที่หลากหลาย ตามแนวคิดของคริสโตเฟอร์ ลอว์ (Christopher Law) ดังนี้

5.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานคร

5.2.1 องค์ประกอบหลัก (Primary)

1) ประกอบด้วยแหล่งกิจกรรมสถานที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Facilities)

เขตประวัติศาสตร์ (Historic Districts) ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน อาคาร และสิ่งปลูกสร้างในท้องถิ่น สามารถสร้างคุณลักษณะที่แตกต่างให้แก่พื้นที่ ซึ่งมีคุณค่าอย่างมากทั้งทางด้านข้อมูลความเป็นมาที่น่าสนใจและการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในเชิงการท่องเที่ยว ซึ่งมักจะต้องการพัฒนาให้สามารถเดินเที่ยวได้ง่าย โดยตัวอย่างพื้นที่ที่ต้นเหตุทางประวัติศาสตร์สูงในเขตพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสาขา เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน บริเวณถนนราชดำเนินนอก ผังธนบุรี ในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น โดยกรุงเทพมหานคร (กทม.) มีแผนจะจัดระเบียบอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี ที่กำหนดวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ 2575 ให้ กทม.เป็นมหานครแห่งเอเชีย เป็นเมืองชั้นนำด้านเศรษฐกิจภาคบริการความปลอดภัย สะดวกสบาย สวยงาม น่าอยู่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นไปตามแผนผังแม่บทการอนุรักษ์

และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) อย่างไรก็ตาม แนวความคิดดังกล่าวนี้เป็นประเด็นที่มีทั้งผู้สนับสนุนและผู้ไม่เห็นด้วย โดยฝ่ายที่ไม่เห็นด้วยอย่าง ชชาติ ประภิตนทการ ให้เห็นว่า ฐานคิดนี้เป็นโมเดลเมืองของคนบางกลุ่มคือนักท่องเที่ยว ของชนชั้นกลางระดับบน และของรัฐ แต่ได้ละทิ้งคนเป็นจำนวนมาก คนชั้นล่าง คนจนเมือง คนที่สร้างเมืองแห่งนี้ ถูกผลักให้เขาออกจากเมืองซึ่งเกรงว่าจะเป็นการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ขาดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริง (ประชาไท, 2561)

ศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ (Convention Centers and Exhibitions) การจัดประชุมและนิทรรศการ ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวในเขตเมือง ในบางพื้นที่ นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 40 มาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมหรือเข้างานนิทรรศการ อุตสาหกรรมการจัดประชุม และนิทรรศการนับเป็นหนึ่งในกลุ่มที่มีการเติบโตเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้เยี่ยมชมมักมีการใช้จ่ายอยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ย และมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี จากรายงาน ของ International Congress and Convention Association หรือ ICCA และรายงานของ the Global Association of the Exhibition Industry หรือ UFI ในปีพ.ศ. 2560 พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 5 ของเอเชียด้านการจัดประชุมนานาชาติ และอันดับที่ 7 ของเอเชียด้านการแสดงสินค้านานาชาติ โดยเป็นที่หนึ่งของอาเซียนทั้งในด้านการประชุมและการแสดงสินค้า (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) โดยกรุงเทพฯมีศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ ได้แก่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี ซึ่งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

เขตท่องเที่ยวพิเศษ (Special Visitor Districts) เขตท่องเที่ยวพิเศษเป็นพื้นที่ที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว และจุดสนใจหลายแห่งตั้งรวมกัน ไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กีฬา หรือความบันเทิง เขตดังกล่าวช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งได้ง่ายขึ้น เช่น เขตช้อปปิ้งราชประสงค์ สยาม หรือ The EM District (ย่านพร้อมพงษ์) ที่ประกอบด้วยศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงหนังและอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งตั้งอยู่เป็นกลุ่มในพื้นที่ย่านธุรกิจ (Central Business District - CBD) ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งย่านราชประสงค์เป็นทำเลที่สามารถเชื่อมต่อด้านคมนาคมขนส่งที่ครบวงจรที่สุด ซึ่งทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางธุรกิจ กิจกรรมไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว และเป็นทำเลที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนมากที่สุด โดยคุณชาย ศรีวิกรม์ได้ให้ความเห็นว่า โมเดลการพัฒนาเมืองของมหานครใหญ่ ๆ ของโลก จะเน้นพัฒนาพื้นที่รองรับคนเดิน ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า walkable district หรือย่านเพื่อคนเดิน การลงทุนสร้าง Ratchaprasong walk หรือ R-walk ที่เชื่อมต่อการเดินทางใจกลางเมืองอย่างสมบูรณ์แบบ เชื่อมต่ออาคารถึง 18 อาคาร จึงนับเป็นส่วนใน การพัฒนากรุงเทพฯ ให้ก้าวสู่มหานครระดับโลก (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

2) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Characteristics)

บริเวณริมน้ำ (Waterfronts) การพัฒนาพื้นที่บริเวณริมน้ำ และลำน้ำ นั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งจากการใช้ประโยชน์ ทิวทัศน์และการพักผ่อนหย่อนใจ ในช่วงที่ผ่านมาพื้นที่ริมน้ำได้รับความสนใจมากขึ้นจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ เช่น Asiatique The Riverfront ซึ่งตั้งอยู่ริมน้ำ โครงการสร้าง 1919 โครงการไอคอนสยาม ซึ่งล้วนตั้งอยู่ริมน้ำเจ้าพระยา เป็นต้น เป็นที่น่าสนใจว่ารัฐบาลในความคิดของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.)เมื่อปี พ.ศ.2558 มีมติจะใช้โครงการพัฒนาริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มาพัฒนาความเป็นอยู่และเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในละแวกนั้น ในแผนแม่บทของโครงการเมกะโปรเจกต์นี้ ได้ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูทรัพยากรและพัฒนาพื้นที่สาธารณะริมฝั่งแม่น้ำสำหรับประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อคุณภาพชีวิต เสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยรัฐใช้ชื่อว่า “Chao Phraya For All” หรือ “เจ้าพระยาเพื่อทุกคน” (ไทยโพสต์, 2561) อย่างไรก็ตามโครงการดังกล่าวนี้ ก็มีกลุ่มผู้สนับสนุนและกลุ่มผู้ไม่เห็นด้วยอย่างกว้างขวาง โดยกลุ่มผู้ไม่เห็นด้วยให้ความเห็นว่า กระบวนการคิดและกระบวนการรับฟังความคิดเห็นยังไม่รอบด้าน เนื่องจากมีแบบก่อสร้างออกมาก่อนจัดแผนแม่บท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาครัฐมีคำตอบก่อนที่จะศึกษาโครงการทางเลียบแม่น้ำเจ้าพระยา อีกทั้งไม่คำนึงถึงระบบนิเวศน์แม่น้ำเจ้าพระยามีระบบน้ำขึ้นน้ำลง พื้นที่ริมฝั่งมีคุณค่า มีชุมชนและอาชีพที่ผูกพันกับแม่น้ำ หากเดินหน้าโครงการจะสูญเสียสิ่งเหล่านี้ไป

3) ลักษณะทางสังคม (Socio-cultural features)

ประกอบด้วย ความมีชีวิตชีวา ความเป็นมิตร ความปลอดภัย ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญนอกเหนือไปจากลักษณะ การท่องเที่ยวข้างต้น ความเป็นมิตรของผู้คนถือเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านสังคมที่สำคัญที่สุดในการสนับสนุนท่องเที่ยวในท้องถิ่น ความเป็นมืออาชีพ และบริการที่มีคุณภาพเริ่มต้นจากความเป็นมิตรของบุคลากรที่อยู่ในห่วงโซ่มูลค่า ปัจจัยสำคัญ ในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวคือผู้คนที่เป็มิตรและโอบอ้อมอารี ที่สำคัญ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นที่น่าดึงดูดสำหรับการท่องเที่ยว (Netherlands Embassy in Bangkok, 2017) นอกจากนี้ ความเป็นมิตรดังกล่าว มิได้จำกัดเฉพาะบุคลากรในอุตสาหกรรมเท่านั้น ผู้คนท้องถิ่นที่อาศัยและทำงานอยู่ในเมืองดังกล่าว ยังสามารถช่วยกันทำให้ เมืองนั้น ๆ เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำได้ทุกคน

5.2.2 องค์ประกอบรอง (Secondary Elements)

ร้านค้าและร้านอาหาร (Retail and Catering Facilities) ทั้งสองสิ่งนี้มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะใช้จ่ายเงินจำนวนมากรวมทั้งใช้เวลาไปกับการช้อปปิ้ง และการรับประทานอาหาร อย่างเช่น ย่านถนนสุขุมวิท ทองหล่อ ถนนข้าวสาร ตลาดจตุจักร นอกจากนี้ กรุงเทพฯ ได้รับการจัดอันดับจาก สำนักข่าว CNN แห่งสหรัฐฯ โดยให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก เอาชนะกรุงโตเกียวของญี่ปุ่น และฮอนโนลูลูของสหรัฐฯ CNN ให้ความเห็นว่ ร้านอาหารริมทางในกรุงเทพฯ นั้นมีความหลากหลาย แปลกใหม่ และหารับประทานได้ตลอดเวลา (CNN Travel, 2018) อย่างไรก็ตามการจัดการร้านอาหารริมทางยังคงเป็นปัญหา ที่ต้องพิจารณาต่อไปถึงความเหมาะสม เนื่องจากบางส่วนเห็นว่า ขาดการควบคุมความสะอาดของอาหารและ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตเมือง

2) องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements)

ซึ่งได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ป้ายบอกทางต่าง ๆ การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งใน World Economic Forum ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ในปี 2560 โดยพบว่าประเทศไทย ติดอยู่ที่อันดับ 34 ของโลก ปี 2560 เป็นอันดับที่ 8 ของ เอเชีย โดย ปัญหาสำคัญหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองคือ โครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางพิจารณาจากคุณภาพถนน, จำนวน/ความถี่ของถนนในบริเวณต่าง ๆ คุณภาพของเส้นทางรถไฟ และสิ่งอำนวยความสะดวก, คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทำเรือ, ประสิทธิภาพของการขนส่งภายในประเทศ (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) ถึงแม้ว่ากรุงเทพมหานครจะมีจุด แข็งที่เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาเป็นอย่างมากก็ตาม แต่ปัญหาสำคัญที่เป็นจุดอ่อนอย่างยิ่งของกรุงเทพมหานคร คือปัญหาการจราจร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาทั้งการเดินทางระหว่างสนามบินกับที่พัก การเดินทางระหว่างที่พัก กับจุดท่องเที่ยว การเดินทางระหว่างจุดท่องเที่ยวแต่ละจุด ที่ต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วนทั้ง เข้าและเย็น เกี่ยวกับปัญหาจราจรนั้นกล่าวได้ว่ารายงานดัชนีการจราจรที่สำรวจโดยบริษัท ทอมทอม ผู้ให้บริการแผนที่จาก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ในรายงานประจำปี พ.ศ.2559 ชี้ให้เห็นว่า กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีรถติดเป็นอันดับ 2 จาก 174 เมืองที่สำรวจมา ซึ่งปัญหาขององค์ประกอบส่วนเพิ่มของการท่องเที่ยวในเขตเมืองนี้ ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของ ทั้งประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล และโดยเฉพาะต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่คุ้นเคยกับเส้นทาง และการเลือกใชยานพาหนะ ซึ่งต้องเสียเวลาในการท่องเที่ยวไปกับการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครมากขึ้นไปอีก (สันติ พจน์ กลัปดี, 2559)

กล่าวโดยสรุป คือ ในการพัฒนาทั้ง 3 องค์ประกอบดังกล่าวนี้ กรุงเทพฯมีองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบ รองที่ตีมากเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจาก มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ร้านอาหาร การช้อปปิ้ง ความหลากหลาย ความมีชีวิตชีวา การเมืองที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ MICE และเป็นพื้นที่ศูนย์กลางในการเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม กรุงเทพฯยังต้องมีการส่งเสริมด้านการอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม นิทรรศการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบส่วนเพิ่มคือ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งยังคงเป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพฯ

5.3 การท่องเที่ยวในเขตเมืองของเมืองยอคนิยมในอาเซียน: ระหว่างเมืองกรุงเทพและเมืองสิงคโปร์

จากข้ออภิปรายในองค์ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานครข้างต้นนั้น จะเห็นว่า การกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพเป็นไปในรูปแบบที่อิสระตามยถากรรม (laissez-faire) หากพิจารณาถึงประเทศข้างเคียงที่มีอันดับการท่องเที่ยวในเมืองระดับต้นเช่นกัน อย่างสิงคโปร์จะพบว่า แม้ว่าเมื่อเทียบกับกรุงเทพแล้ว สิงคโปร์จะไม่ได้มีความหลากหลาย และความน่าสนใจของทั้งองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองแบบกรุงเทพมหานคร แต่องค์ประกอบส่วนเพิ่มของเมืองสิงคโปร์นั้นเป็นจุดแข็งสำคัญคือ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกปลอดภัย และสามารถจัดการเวลาได้ ในขณะที่สิงคโปร์นั้นมีจุดแข็งที่โดดเด่นเรื่ององค์ประกอบส่วนเพิ่ม จากด้านปัจจัยการอำนวยความสะดวก เช่น การเดินทาง และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แต่สิงคโปร์ก็ยังคงดำเนินการเสริมจุดแข็งทั้งองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองให้มีความแข็งแกร่งขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แบรนด์ Passion Made Possible: ทุกความชอบที่ใช่ เป็นไปได้ที่สิงคโปร์ โดยการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board – STB) และคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจสิงคโปร์ (Singapore Economic Development Board – EDB) ได้เริ่มดำเนินการสำรวจ ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างถึงความหมายของสิงคโปร์ โดยกลุ่มตัวอย่างมาจากทั้งประชาชนทั่วไป รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่าง ๆ และในประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวสิงคโปร์ ยังได้เปิดตัวประเภทนักท่องเที่ยวตามสไตล์ความชอบ (Passion Tribes) โดยจัดประเภทนักท่องเที่ยวในเขตเมืองตามสไตล์ความชอบ (Passion Tribes) ทั้งหมด 7 ประเภท เช่น ผู้ชื่นชอบอาหาร (Foodies), ผู้แสวงหากิจกรรมตื่นเต้น ทำทาย (Action Seekers), ผู้หลงใหลวัฒนธรรม (Culture Shapers) เป็นต้น นอกจากนี้คณะกรรมการทบทวนเศรษฐกิจ (Economic Review Committee: ERC) ได้เสนอแนะให้สิงคโปร์เป็นเมืองเศรษฐกิจระดับโลก เป็นหนึ่งในศูนย์กลางหลักของโครงข่ายธุรกิจสำคัญในโลก

โดยแผนการเหล่านี้จะได้รับการดำเนินการต่อไปโดย หน่วยงานพัฒนาเมืองใหม่ (Urban Redevelopment Authority: URA) จะจัดทำแผนการพัฒนาขึ้นมาระดับย่านเพื่อจะฟื้นฟูย่านศูนย์กลางเมืองขึ้นใหม่เพื่อ สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ การขยายตัวของนักท่องเที่ยว ศูนย์กลางพาณิชย์กรรมใหม่ โดยยกเครื่องถนนออชาร์ด (Orchard Road) ให้ถนนชั้นนำแห่งการจับจ่าย (Shopping) เดิมที่ถนนออชาร์ดทอดตัวยาวไปกับแนวเนินสองข้าง และขนานไปกับคลองสแตมฟอร์ด (Stamford Canal) ซึ่งเกิดน้ำท่วมฉับพลันเพราะระบายน้ำไม่ทันบ่อยครั้ง จึงได้มีความพยายามอย่างต่อเนื่องในแก้ปัญหาและ พัฒนากันสายสำคัญเส้นนี้ โดยภายใต้แผนการท่องเที่ยว 21 (Tourism 21 Plan) ถนนออชาร์ดจะเป็นพื้นที่แห่งโอกาสไปสู่มารีน่าสแควร์ (Marina Square) โดยขยายตัวผ่านย่านชื้อชาติ ต่าง ๆ โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ทำงานร่วมกันเช่น หน่วยงาน การขนส่งทางบก (Land Transportation Authority: LTA) ในการควบคุมอำนวยความสะดวกการจราจร บริเวณถนนออชาร์ด (เพชรลัดดา เพ็ชรภักดีและคณะ, 2560, น. 305-327) คณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ (NParks) ที่ดูแลสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความเขียว ของสวนและต้นไม้ตามแนวถนนออชาร์ดอย่างต้นประดู่ที่ปลูกมาตั้งแต่ช่วงปี 1970 ที่ให้ร่มเงาคนเดินถนน และคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (STB) โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งสมาคม ผู้ประกอบการบนถนนออชาร์ด (Orchard Road Business Association: ORBA) โดยจะมีการออกแบบ จัดแบ่งย่านที่แตกต่างเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่แตกต่าง ซึ่งจะต้องอาศัยหน่วยงานพัฒนาเมืองเป็นผู้ออกแบบ กำหนดรูปแบบลักษณะแผนการพัฒนา และการนำแผนไปสู่การปฏิบัติจริง (The Centre For Liveable Cities, 2015) ซึ่ง การท่องเที่ยวและกิจกรรม เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันที่วางแผนร่วมกันได้ โดยสิงคโปร์จะต้องไม่เพียงแต่จัดการด้านความสะดวก ความสะดวก ประสิทธิภาพและความปลอดภัย แต่สิ่งที่ต้องการคือ ความสนุกสนานและมีชีวิตชีวาเช่นกัน ประการสำคัญคือ การพัฒนาองค์ประกอบส่วนเพิ่ม อย่างโครงสร้างพื้นฐานที่ดีในเมืองเป็นการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในทางหนึ่งด้วย หน่วยงาน การโยธา (The Public Work Department: PWD) ได้สร้างโครงข่ายทางเดินเท้าที่นำเดิน โดยใช้คำว่า “ทางเดินสำหรับจับจ่าย” (Pedestrian Malls) เชื่อมกับถนน ออชาร์ด (Orchard Road) ไปจนถึงสวนพฤกษศาสตร์ (Botanic Gardens) เพื่อจะสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้ถนนออชาร์ด มีความดึงดูดต่อการจับจ่ายและปลอดภัยสำหรับคนเดินเท้า (ibid., p.30)

ในขณะที่การท่องเที่ยวในเขตเมือง กรุงเทพก็ได้มีการพัฒนาถนนช้อปปิ้งย่านราชประสงค์เช่นกัน สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ (RSTA) ได้มีแนวเปิดประสมการณ์ Walkable District – ย่านนี้เพื่อคนเดินด้วย “ราชประสงค์วอล์ก – Ratchaprasong Walk (R-Walk)” โครงข่ายเส้นทางเดินลอยฟ้า เข้าถึง 18 อาคารทั่วย่าน

สร้างเพื่อเชื่อมต่อการคมนาคมที่ครบครันและเข้าถึงสถานที่จำหน่ายสินค้า ทานอาหาร โรงแรมที่พัก ที่ทำงาน และ
สักการะองค์เทพในบริเวณนั้น ทั้งนี้ราชประสงค์ได้วางเป้าหมายในอนาคตสู่การเป็นเลิศ 3 ด้าน ได้แก่ การเป็นจุดหมาย
ปลายทางที่ดีที่สุดของกรุงเทพมหานคร (Must Visit the Best of Bangkok) การเป็นย่านที่มีคุณภาพในการใช้ชีวิต (Smart
District) และการเป็นคอมมูนิตี้แห่งความสุข (Happy Community) ภายใต้การใช้ชีวิตการทำงานไลฟ์สไตล์ที่สะดวก และ
ปลอดภัย โดยพัฒนาการของย่านราชประสงค์ รวมถึง R-Walk นั้นเกิดจากความร่วมมือในการทำงานของ ภาครัฐ เอกชน
และชุมชน ร่วมกันของพันธมิตรทุกฝ่าย ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ
และสมาชิกภายในย่านราชประสงค์ ให้คนสามารถเดินทางได้ไกลและเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ในย่านได้มากขึ้นและนำไปสู่การ
ขยายตลาดในวงกว้าง ซึ่งโครงข่ายทางเดินลอยฟ้านี้ทำให้เกิดการหมุนเวียน และการสัญจรภายในย่านนับเป็นยุทธศาสตร์
สำคัญในการขับเคลื่อนชีวิต เศรษฐกิจ ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับสไตส์ นอกจากนี้ย่านราชประสงค์ยังรุดหน้าเชื่อมต่อทาง
เทคโนโลยีและพัฒนาหลายๆ โครงการให้ย่านนี้เป็น Smart District ย่านแรกในประเทศไทย” (สยามธุรกิจ, 2561)

หากเปรียบเทียบถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองระหว่างเมืองยอดนิยมในอาเซียนระหว่าง
กรุงเทพมหานครกับนครรัฐ (city state) อย่างสิงคโปร์แล้วนั้น จะพบว่า การวางแผนและการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองของสิงคโปร์นั้น มีความชัดเจนและไม่มีความซับซ้อนด้านขนาดและพื้นที่ซึ่งแตกต่างจาก กรุงเทพฯที่มีทรัพยากร
แหล่งท่องเที่ยวมากมาย แต่ประสบกับปัญหาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ยังคงเป็นอุปสรรคในการเดินทาง
ท่องเที่ยวในเขตเมือง สำหรับเงื่อนไขของสิงคโปร์ทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่จำนวนไม่มากนัก มีความหลากหลาย
และน่าสนใจแต่ก็มีองค์ประกอบส่วนเพิ่มที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ตีมาก จึงกล่าวได้ว่า ปัญหาการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองของทั้งสิงคโปร์และกรุงเทพฯนั้นมีความความแตกต่างแต่ก็อยู่บนโจทย์ที่ยากทั้งสองเมือง ในบทความนี้จึงได้
ยกตัวอย่างในการจัดการพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพฯคือ ถนนราชประสงค์ และของสิงคโปร์
ถนนออชาร์ด ซึ่งต่างก็เป็นถนนในการจำหน่ายใช้สอยที่มีชื่อเสียง หากพิจารณาในระดับการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบาย
ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองระดับประเทศแล้ว สิงคโปร์มีความชัดเจนกว่าเนื่องจาก ความเป็นนครรัฐ (city
state) คือ เมืองที่มีความเป็นประเทศด้วย ทั้งเมืองของสิงคโปร์จึงเป็นพื้นที่เมืองเกือบหมดทั้งสิ้นทำให้การกำหนดทิศทาง
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความชัดเจนกว่า จะต้องเน้นความหลากหลายของประสบการณ์และกิจกรรมที่แตกต่างของ
นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในเขตเมือง เมื่อนำแผนนโยบายในระดับมหภาคลงมาสู่พื้นที่ถนนออชาร์ด แผนจึงมี
ความชัดเจนยิ่งขึ้นในการยกระดับถนนเพื่อการช้อปปิ้งชั้นนำของเมืองไปสู่การช้อปปิ้งที่มีความแตกต่างหลากหลายบนถนน
เส้นหนึ่งที่จะให้ครบทุกประสบการณ์ซึ่งสอดคล้องกับแบรนด์ Passion Made Possible: ทุกความชอบที่ใช่ เป็นไปได้ที่สิงคโปร์

ในขณะที่การกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีความแตกต่างในด้านความเป็น
เมืองระหว่างกรุงเทพและต่างจังหวัดนั้นแตกต่างกันมาก ในปี พ.ศ.2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ส่ง
เสริมความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายพร้อมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั่วประเทศ
ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ในขณะที่กรุงเทพฯนั้นเป็นเมืองหลักในระดับต้นๆของโลกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด
แต่กลับประสบกับปัญหาเรื่องการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย จึงได้กำหนดหน่วยพื้นที่ที่สามารถจัดการได้
เป็นถนนสายช้อปปิ้งหลักของกรุงเทพฯอย่างถนนราชประสงค์ ซึ่งเป็นเขตท่องเที่ยวพิเศษ โดยการเน้นการเชื่อมต่อระหว่าง
ทางเดินเท้าลอยฟ้าเข้าสู่อาคารต่าง ๆ เนื่องจากบาทวิถีมีความหนาแน่นและมีกิจกรรมการค้าขายริมทางตลอดจนมลพิษ
ทางอากาศ จากความหนาแน่นการจราจร การเน้นการอำนวยความสะดวกการเดินทางโดยเท้าของนักท่องเที่ยวให้ไหล
เวียนในย่านเข้าสู่อาคารต่าง ๆ จึงสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่มาก อาจกล่าวได้ว่า องค์ประกอบหลักของกรุงเทพ
ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ลักษณะทางกายภาพและลักษณะทางสังคมตลอดจนองค์ประกอบรองของกรุงเทพและมีศักยภาพ
มากอยู่แล้วซึ่งแตกต่างจากเมืองสิงคโปร์ แต่ต้องประกอบส่วนเพิ่มอย่างการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่
ทั้งการเดินทาง การคมนาคมขนส่งนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองต่อไปในอนาคต เนื่องจากแนวโน้ม
การท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) ซึ่งมาจากคำว่า Social Local หรือ Location และ Mobile ที่
ใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวด้วยตนเองส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจัดการวางแผน
ด้วยตัวเองแบบอิสระ (DIT- Domestic Independent Tourism) และนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่มาเที่ยวด้วยตนเอง
แบบอิสระ (FIT- Foreign Independent Tourism) มีการจัดการวางแผนด้วยตนเองทุกอย่าง (สุประภา สมนึกพงษ์,
2560) ดังนั้นการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งมวลชน และการอำนวยความสะดวกการเดินทางซึ่งเป็นองค์ประกอบส่วนเพิ่ม

(additional elements) แก่นักท่องเที่ยวในเขตเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญมากในการจัดการกับปัญหาที่ต้องแก้ไข ได้แก่ ปัญหาการจราจร ปัญหาความต่อเนื่องของทางเท้า สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินเท้า การอำนวยความสะดวก ปลอดภัยในการใช้ขนส่งสาธารณะ โดยปัญหาเหล่านี้ไม่อาจแก้ไขได้ด้วยยกให้เป็นภาระของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งในการ ปรับปรุงและพัฒนาการเข้าถึงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบรองและองค์ประกอบส่วนเพิ่ม เป็นปัญหาที่ต้องมองในเชิงโครงสร้าง โดยเป็นการพัฒนาเมืองในมิติทางกายภาพ มีทั้งความสัมพันธ์และความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในเขตเมือง อย่างไรก็ตามการบูรณาการ การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแผนและการนำไปปฏิบัติในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองและการพัฒนาเมือง ยังมีช่องว่าง ตั้งแต่ระดับการกำหนดวิสัยทัศน์และแบรนด์ของการท่องเที่ยวในเขตเมืองกรุงเทพ โดยแม้ว่า ปัจจุบันมีการตั้งคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและไม่สามารถเชื่อมโยงนโยบายให้ไปสู่แผนและการปฏิบัติ (คณะกรรมการการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ, 2558) โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ได้และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมีความหลากหลายและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหลายหน่วยงาน เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย และศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร ทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีความซับซ้อนในการจัดการ โดยที่ปัญหาการกำหนดภารกิจตลอดจนอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจนและมีลักษณะที่ทับซ้อนกัน ทำให้ผู้ที่มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกิดความสับสน (เรื่องเดียวกัน.)

จากปัญหาดังกล่าวนี้นี้ จะเห็นได้ว่าบริบทและปัจจัยของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพและสิงคโปร์ แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดสองประเด็น ได้แก่ หนึ่งประเด็นความหลากหลายและความซับซ้อนขององค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรอง ซึ่งสิงคโปร์มีความยากกว่าในการจัดการองค์ประกอบหลักที่น้อยให้มีความหลากหลาย สองประเด็นการจัดการองค์ประกอบเสริมซึ่งในขณะที่สิงคโปร์มีการบูรณาการทุกภาคส่วน แต่กรุงเทพนั้น เป็นการทำงานที่แยกส่วนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมือง จึงเกิดคำถามว่า หากปัญหาเหล่านี้ไม่ได้รับการแก้ไขในเวลาอันใกล้แล้ว กรุงเทพมหานครจะสามารถรักษาระดับตำแหน่งเมืองท่องเที่ยวอันดับต้นๆของโลกได้หรือไม่ และหากในอนาคตกรุงเทพได้รับการจัดอันดับโดยลดชั้นให้เป็นอันดับรอง ๆ ต่อกันเมืองอื่น ๆ ในโลกก็จะเป็นที่น่าเสียดายต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ต้องสูญเสียไปทั้งที่มีศักยภาพอยู่แล้วแต่ไม่สามารถจัดการต่อจุดอ่อนขององค์ประกอบส่วนเพิ่มได้

6. สรุป

วัตถุประสงค์บทความฉบับนี้ เพื่อทำความเข้าใจการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาานิยาม ทฤษฎี แนวความคิดและเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวแบบเมือง องค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเมือง เส้นทางการสัญจร และศึกษานักท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ และภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยThe European Commission (EC) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวในเขตเมือง คือ ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในเมืองที่นำเสนอให้กับผู้เยี่ยมชมที่มาจากที่อื่นและการศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองคือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบกับสภาพแวดล้อมของเมือง

ในปัจจุบันนั้น การท่องเที่ยวแบบเมืองหรือการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) ของกรุงเทพมีความโดดเด่นมากขึ้น เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ หน่วยราชการ และการเติบโตด้านการค้า บริการและการท่องเที่ยว จึงทำให้ตัวเมืองเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยประกอบด้วยองค์ประกอบสามประการ คือ ประการที่หนึ่ง องค์ประกอบหลัก(Primary Elements) องค์ประกอบรอง(Secondary Elements) และ องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional Elements) โดยประการที่หนึ่ง องค์ประกอบหลักนั้นประกอบด้วย แหล่งกิจกรรมสถานที่ทางวัฒนธรรม (cultural facilities) ลักษณะทางกายภาพ (physical characteristics) ลักษณะทางสังคม (social characteristics) โดยแหล่งกิจกรรมสถานที่ทางวัฒนธรรม (cultural facilities) ได้แก่ 1) เขตประวัติศาสตร์ (Historic Districts) เช่น กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน ย่านเยาวราช ผังธนบุรี เป็นต้น 2) ศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ (Convention Centers and Exhibitions) โดยกรุงเทพมีศูนย์ การประชุมขนาดใหญ่ ได้แก่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี ซึ่งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

3) เขตท่องเที่ยวพิเศษ (Special Visitor Districts) เช่น เขตช้อปปิ้งราชประสงค์ สยาม และ The EM District (ย่านพร้อมพงษ์) ที่มีความหลากหลายของกิจกรรม ประการที่ สององค์ประกอบรอง (Secondary Elements) ได้แก่ ห้างร้าน ร้านอาหาร โรงแรม ซึ่งกรุงเทพมหานครประกอบรองที่มีความหลากหลายตั้งแต่ระดับชั้นในการให้บริการทั้ง อาหาร ร้านค้า ที่พักและระดับราคาที่หลากหลายเช่นกัน ประการที่สาม องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (additional elements) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น การขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทาง การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล(universal design) โดยเมื่อพิจารณาจาก 3 องค์ประกอบดังกล่าวนี้ กรุงเทพมหานครประกอบหลักและองค์ประกอบรองที่ตีมากเป็นจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวเนื่องจาก มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ร้านอาหาร การช้อปปิ้ง ความหลากหลาย ความมีชีวิตชีวา อย่างไรก็ตาม กรุงเทพมหานครยังต้องการส่งเสริมด้านการอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม นิทรรศการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบส่วนเพิ่มคือ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งยังคงเป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพมหานครเนื่องจากแนวโน้มการท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) และนักท่องเที่ยวที่เที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (FIT- Foreign Independent Tourism) มีการจัดการวางแผนด้วยเอง ดังนั้นการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งมวลชน และการอำนวยความสะดวกการเดินทางซึ่งเป็นองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (additional elements) จึงเป็นเรื่องสำคัญ

ในบทความนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองอันดับต้นของโลกที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ในข้ออภิปรายจึงได้เปรียบเทียบการกำหนดวิสัยทัศน์และการทำงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพิเศษระหว่างเมืองสิงคโปร์อย่างถนนออชาร์ดและกรุงเทพฯอย่างถนนราชประสงค์ โดยมีบริบทและปัจจัยของการท่องเที่ยวในเขตเมืองของกรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด สองประเด็น ได้แก่ หนึ่ง ประเด็นความหลากหลายและความซับซ้อนขององค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรอง ซึ่งสิงคโปร์มีความยากกว่าในการจัดการองค์ประกอบหลักที่น้อยให้มีความหลากหลาย สอง ประเด็นการจัดการองค์ประกอบเสริมซึ่งในขณะที่สิงคโปร์มีการบูรณาการทุกภาคส่วน แต่กรุงเทพฯนั้นมีการทำงานที่แยกส่วนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมือง

จึงกล่าวได้ว่า ปัญหาการท่องเที่ยวในเขตเมืองของทั้งสิงคโปร์และกรุงเทพฯนั้นมีความแตกต่าง โดยสิ่งที่กรุงเทพฯมหานครจะต้องพัฒนาต่อขึ้นคือ ด้านองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (additional elements) และการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เจ้าภาพแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และที่สำคัญคือ หน่วยงานอย่างศาลาว่าการกรุงเทพฯมหานครในการกำหนดทิศทางแบรนด์ การท่องเที่ยวในเขตเมืองตลอดจนการพัฒนาด้านการกายภาพเมืองในการอำนวยความสะดวกการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวในเขตเมือง โดยเพิ่มการบริการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม ส่งเสริมการเดินทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย และมีความสะดวกสบายโดยใช้แนวทางการออกแบบแก่คนทั้งมวล (universal design) เพื่อรักษาตำแหน่งการจัดอันดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกต่อไป

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ในการสนับสนุนทุนวิจัย ปีงบประมาณ 2561

8. เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *กรุงเทพฯ ครว้อันดับ 2 เอเชีย พัฒนาไม่ซ้อย่างยั่งยืน*. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/822917> [สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2562].

คณะกรรมการธิการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ. (2558). *รายงานวาระพัฒนาการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ.

ฉัตรชัย พงศ์ประยูร. (2540). *แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิภาคและการพัฒนาพื้นที่*. กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐานเศรษฐกิจ. (2560). *ขีดความสามารถแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 อยู่อันดับ 34 ของโลก*. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.thansettakij.com/content/142412> [สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2562].

