

The Potential Development of Cultural Tourism Attraction for International Tourists in Bangkok and Surrounding Provinces

Premchit Promsaramate ¹

บทคัดย่อ

กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจาก กทม. มีทรัพยากรท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว) ที่ดึงดูดใจและมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรเหล่านี้ก็จำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณค่าและชื่อเสียงของการท่องเที่ยวไทย การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์คือ

- 1) เพื่อศึกษาประวัติ ความเป็นมา และสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- 2) เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติในเขตกทม. และปริมณฑล

แหล่งข้อมูลได้จากการสังเกต สอบถาม และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวนานาชาติ จำนวน 60 คน ส่วนมากมาจาก USA EU ออสเตรเลีย และเอเชีย (ญี่ปุ่นและจีน) ตามลำดับ แล้วประเมินโดยวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่ากรุงเทพและปริมณฑลมีทรัพยากรท่องเที่ยวดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรมหลากหลาย เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ศิลปะพื้นบ้าน กิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ มากมาย รวมทั้งอาหารไทย ศูนย์หัตถกรรม วัฒนธรรมไทย และประเพณีต่างๆ มากมาย

อย่างไรก็ตาม สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องมีการพัฒนาโดยการจัดโซนนิ่ง ปรับภูมิทัศน์ต่างๆ และสร้างความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน โดยนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้แบ่งการพัฒนาศักยภาพออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านการดึงดูดใจของพื้นที่ 2) ด้านสาธารณสุขและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านบริหารจัดการ ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวนานาชาติ คือ ให้เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ควรมีศูนย์ข้อมูลสารสนเทศและศูนย์บริการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์เพิ่มกิจกรรมหลากหลายทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม พักอยู่ในพื้นที่นานๆ และใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้น สุดท้ายก็กลับมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต

¹ Lecturer, Department of International Business Management, Faculty of Business Administration, Siam University

Abstract

Bangkok was ranked as the world destination for tourism because of its abundance in valuable and attractive resources for tourism. However, these resources need to be improved to increase their value creation and reputation for Thailand tourism. Thus, this qualitative research was conducted in order to 1) study the history and current circumstance of tourist resources in Bangkok and its surrounding provinces, 2) evaluate the needs and the satisfaction of the international tourists, and 3) to develop a specific management model to increase the potential of cultural tourism attraction development in the target areas. Data were obtained by interviewing 60 international tourists, mainly from U.S.A, EU, Australia and Asia (Japan and China), then evaluated by description analysis.

The research results indicated that Bangkok and the surrounding provinces have various attractive cultural resources for the cultural tourism, such as many historic places, various kinds of religion ancient antiqueness, folk arts, various outdoor activities, authentic Thai food, local handicraft and unique Thai custom and tradition. Accordingly, these places have highly potential for tourism development in the future, however they needed to be zoning, constructing relationship between the places and communities by having local people participate in managing and earning income for their better lives and the sustainable tourism communities. According to the tourists' opinions on the cultural tourism in Bangkok and the surrounding provinces, 3 following sectors should be carefully developed: 1) The attractiveness of the places, 2) The infrastructure, facilities and services and 3) The management. The suggestions also emphasized that the number of special interesting places, tourist information and service centers, museums, various kinds of activities for tourist should be increased to impress and convince them to stay longer, spend more money and finally to come back again.

Key words: Potential development, Management, International tourist, Tourism attraction, Cultural tourism.

Introduction

Tourism is one of the leading sectors of the world economy because it is important to improve the balance payment, country image and to increase the value of natural resources. In Thailand, tourism is one of the most rapidly developed industries. According to the estimation of Thai tourism, approximately 4.7 millions people will employ in tourism in the year 2010. The World Travel Tourism (WWTC) forecasted that the growth rate on Thailand tourism in 2000-2010 will be about 6.7%. Although, Thailand had faced economic crises and political problems in 2008, Bangkok was ranked by the World Travel Mart (WTM) as one of the most popular tourist places in 5 following areas: value of money, best city, friendly, shopping and night life, due to Thai government had set up an attractive tourism policy and had positioned Thailand as "world class destination".

Bangkok and its surrounding provinces attract a lot of tourists because they are big, busy and exciting cities. They also have a variety of cultural tourism attractions, convenient transportations, including a hub to access to other countries. Due to 2008-2009 crises, the number of international tourists decreased 25 %, which had made Thailand lost more than 100,000 million baht. However, many international tourists are still interested in visiting Thailand. As they are many tourist resources that have not been developed, it is a lot opportunities to develop these places to match the requirements of the international tourists.

Objectives

The objectives of the research are:

- 1) To study the history, current circumstance and the status of the cultural tourism attraction in Bangkok and surrounding provinces.
- 2) To study the problems and methods to develop the cultural tourism attraction in Bangkok and surrounding provinces.
- 3) To study the management pattern to increase the developing potential of the cultural tourism attraction in Bangkok and surrounding provinces.

Research Method

This quantitative research was conducted by collecting secondary data, field study, survey, interview, notice, group discussion, workshop and qualitative analysis.

Research Instruments

1. Participatory observation form
2. Non-Participatory observation form
3. Structure interview form
4. Non-structure interview form
5. Focus group discussion diary
6. Field study diary

Data Collection

The data in this study were obtained as follows:

- 1) The data were collected from relevant document such as report, photos, and books.
- 2) The data were obtained from field study, interview, observation, workshop and focus group discussion.

Data analysis

The data were analyzed to find out to answer the research questions by using data triangulation to find out the reliability of data by test the followings:

- 1) Data Triangulation of area, place and time.
- 2) Investigator Triangulation: comparing the data from other investigators on the same topics.
- 3) Theory Triangulation.
- 4) Methodology Triangulation.

Places/Locations for the study

- 1) The historic places and religion ancient antiqueness places (Wat Arunratchawararam).
- 2) The arts, handicraft and pottery center (Kho-kred).
- 3) The lifestyle, local foods (Talad-nam or Floating market)

Populations and Samplings

- 1) Key informant 20 persons
- 2) Casual informant 60 persons
- 3) General informant 60 persons

Research Results

The results revealed that most of the international tourists traveled with friends, approximately 2-6 persons per group, and had visited Thailand more than 1 time. The average staying period in Thailand was about 10 days. The majority of tourists were very satisfied by overall. The popularity of cultural attractions was orderly ranked as lifestyles, the beauty of the river scenic, architectures, entertainments, shopping and souvenirs.

Form the research analysis, 3 potential sectors should be improved to make the cultural tourism in Bangkok and surrounding provinces more interesting and attractive to the international tourists. These sectors are 1) the attractiveness of the places, 2) the infrastructure, facilities and services and 3) the management potential.

For the attractiveness of the places, most of tourists were satisfied by the charming and beauty of places and they suggested that these places should be maintained as original and conservative way. The infrastructure, facilities and services potential, this sector was poorly managed and it should be improved in accordance with the needs of such places, for example, walking paths, more direct and convenient transportation (more pubic boats, ports, buses and cars), more English signs and maps, more English menu, more international foods, more coffee shops and more places to cool down.

The management potential, this sector should be improved in various issues such as safety, sanitary, noise and air pollutions, tourist information, local guides, local traditional shows, tourist-participating activities and more aggressive promotion and public relation plan for these places. The suggestions were also emphasized on increasing the number of special interesting places, tourist information and service centers, museums, various kinds of activities for tourists to impress and convince them to stay longer, spend more money and finally to come back again.

Conclusion and Discussion

Bangkok and its surrounding provinces are well known for tourism because of the diversity of tourist resources and cultures. The research results showed that these resources are highly valuable for the tourism industry; however there are many improvements could be done to make them become sustainable touristic places. The possible methods can be applied as follows:

- 1) Invest more infrastructures and facilities.
- 2) Develop tourist-community relationship: build up skills for the communities to participate with foreign tourists by providing English speaking classes, training for little guides and receptionist and build up the service mind for the street vendors etc.)
- 3) Implement the management model using the business strategy (PDCA) and the 7's Model.

References

- Nilsson, Fredrik and Rapp, Birger. *Understanding Competitive Advantage: The Importance of Strategic Congruence and Integrated Control*. London: Springer, 2005.
- Simons, Robert. *Performance Measurement & Control Systems for Implementing Strategy: Text and Cases*. New Jersey: Pearson, 2000.
- Tourism Council Australia. "Tourism Management in Protected Areas." Issue Paper, AEC Group Cairns, Australia, 2001.
- World Travel & Tourism Council Website. <http://www.wttc.org>.