

## การจัดการความเสี่ยงกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในวิกฤตการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก

ธเนศ เกษรสิริธร<sup>1</sup> และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิทย์วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\* thanet@ms.su.ac.th

### บทคัดย่อ

ด้วยสถานการณ์มลภาวะฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนและมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในทุกๆปี โดยเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวกระทบกับการดำเนินกิจการของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรวม บทความนี้จะนำเสนอแนวทางการจัดการความเสี่ยงต่อสถานการณ์มลภาวะฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานที่จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้เดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่

**คำสำคัญ:** การจัดการความเสี่ยง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐาน

## Risk management and Tourism Image In The Atmospheric Particulate Matter crisis

Thanet Kesornsirithon<sup>1\*</sup> and Manassinee Boonmeesrisanga<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ph.D. Tourism Hotel and Event student, Silpakorn University

<sup>2</sup> Assistant Professor Dr at Faculty of Management Science, Silpakorn University

\* thanet@ms.su.ac.th

### Abstract

*With the situation of Atmospheric Particulate Matter crisis is higher than the standard in Bangkok and surrounding provinces, affecting people's health. Each one is likely to occur every year. Which is another important factor affecting the decision to travel in the area. The decrease in the number of tourists during this period affected the tourism business operations in the area as a whole. This article will present guidelines for managing the risk of dust pollution in small amounts exceeding the standards. That will create a good tourism image. To build confidence of tourists return to travel in the area*

**Keywords:** Risk management, Tourism Image, Atmospheric Particulate Matter crisis

### บทนำ

ฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน (PM<sub>2.5</sub>) และ 10 ไมครอน (PM<sub>10</sub>) เป็นปัญหามลภาวะที่เกิดขึ้นเป็นประจำ และสร้างผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนเพิ่มขึ้นในทุกขณะ โดยฝุ่นละอองขนาดเล็กดังกล่าวหากมีค่าเกินมาตรฐานคุณภาพอากาศ ตามประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2538) กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป ได้กำหนดค่าเฉลี่ยของฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า 10 ไมครอน (PM<sub>10</sub>) ในเวลา 24 ชั่วโมง จะต้องไม่เกิน 120 ไมโครกรัมต่อลูกบาศก์เมตร และประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 36 (พ.ศ.2553) กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป ได้กำหนดค่าเฉลี่ยของฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน (PM<sub>2.5</sub>) ในเวลา 24 ชั่วโมง จะต้องไม่เกิน 50 ไมโครกรัมต่อลูกบาศก์เมตร หากคุณภาพของอากาศมีค่าเกินกว่าที่กำหนดจะส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจของประชาชน

ปัจจุบันสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีความรุนแรงมากขึ้น ผลจากสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศของกรมควบคุมมลพิษพบค่าเฉลี่ยฝุ่นละอองขนาดเล็กช่วงเดือนมกราคม 2563 มีค่าเกินมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งวันที่ 21 มกราคม 2563 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหา มลพิษในช่วงสถานการณ์วิกฤตในแต่ละพื้นที่ ที่แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 1

ID	Station	Last Date	Last Hour	ปริมาณสารมลพิษ						AQI	AQI Specify
				SO2 (1hr) (ppb)	NO2 (1hr) (ppb)	CO (8hr) (ppm)	O3 (8hr) (ppb)	PM10 (24hr) (ug/m3)	PM2.5 (24hr) (ug/m3)		
ข้อมูลแบบ Real Time รายชั่วโมง											
02t	แขวงหิรัญบุรี เขตธนบุรี กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	0	15	1	7	121	58	119	PM2.5
03t	ริมถนนกาญจนาภิเษก เขตบางขุนเทียน กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	-	24	3	-	104	59	121	PM2.5
05t	แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	2	8	1	38	81	58	119	PM2.5
08t	ด.ทรงคนอง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	2020-01-18	23:00:00	2	19	1	22	84	64	134	PM2.5
10t	แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	-	No Data	-	35	79	48	92	PM2.5
11t	แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	No Data	No Data	-	31	114	55	111	PM2.5
12t	แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพ	2020-01-18	23:00:00	No Data	18	-	29	101	52	104	PM2.5
13t	ด.บางทราย อ.บางกรวย จ.นนทบุรี	2020-01-18	23:00:00	3	No Data	1	32	82	61	126	PM2.5
14t	ด.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	2020-01-18	23:00:00	5	31	1.14	23	97	63	131	PM2.5
16t	ด.บางโปรง อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	2020-01-18	23:00:00	4	25	1	32	73	46	84	PM2.5
17t	ด.ตลาด อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	2020-01-18	23:00:00	5	11	1	33	62	49	96	PM2.5
18t	ด.ปากน้ำ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	2020-01-18	23:00:00	No Data	No Data	-	53	89	63	131	PM2.5
19t	ด.บางเสาธง อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ	2020-01-18	23:00:00	5	8	1	44	87	46	84	PM2.5
20t	ด.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี	2020-01-18	23:00:00	1	30	-	30	82	60	124	PM2.5

ภาพที่ 1 รายงานคุณภาพอากาศในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ณ วันที่ 18 มกราคม 2563

ที่มา : <http://www.aqmthai.com/aqi.php>

จากสถานการณ์ดังกล่าวคาดการณ์ว่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากปัญหามลภาวะฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในช่วงระหว่างวันที่ 5 มกราคม 2563 ถึง 5 กุมภาพันธ์ 2563 โดยเฉพาะมิติทางด้านการท่องเที่ยวยังพบว่าอาจมีค่าเสียโอกาสจากนักท่องเที่ยวบางส่วนที่หลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ราว 1,000-4,000 ล้านบาท

ในขณะที่การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหมาย (Unexpected extreme events) รวมถึงการแพร่กระจาย การระบาดของโรค (Outbreak) ประกอบกับแรงจูงใจและความต้องการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องมีความปลอดภัยเป็นปัจจัยพื้นฐาน จากสภาพที่เกิดขึ้นหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่สถานการณ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จะได้รับผลกระทบในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ในระยะยาวยังนำไปสู่ปัญหามลภาวะฝุ่นละอองขนาดเล็กที่มีค่าเกินมาตรฐานอาจสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาให้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่สูญเสียโอกาส และรายได้จากการเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

### การจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง หมายถึง สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อาจเกิดขึ้นได้ในกระบวนการดำเนินงานต่างๆ เป็นความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต (V.L.Grose, 1987)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2554, 2) ให้ความหมายของ ความเสี่ยง คือ โอกาสในการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่แน่นอน เมื่อเกิดขึ้นจะทำให้แผนงานหรือการดำเนินการไม่บรรลุวัตถุประสงค์ และก่อให้เกิดความเสียหายทั้งที่เป็นตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ภาพลักษณ์หรือชื่อเสียง และได้จำแนกประเภทของความเสี่ยงเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์หรือแผนดำเนินงานและการนำไปปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ 2) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรตามปกติ เช่น ความเสี่ยงที่เกิดจากบุคคล กระบวนการทำงาน เทคโนโลยี และปัจจัยภายนอก 3) ความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการเงิน (Financial Risk) เป็นปัจจัยนำเข้าภายในองค์กร เช่น ความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น และ 4) ความเสี่ยงจากการฝ่าฝืนหรือไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risk) หรือเกิดจากการไม่ปฏิบัติตาม นโยบายและวิธีการปฏิบัติงานที่องค์กรกำหนด

(Hopkin, 2013: 3-21) ให้ความหมายการบริหารความเสี่ยงว่า หมายถึง การหาผลลัพธ์ที่ดีที่สุดสำหรับองค์กรโดยการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ในเชิงลบ และหากเกิด จะต้องเสียหายน้อยที่สุด และจำแนกประเภทของความเสี่ยงออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน (Finance) ความเสี่ยงด้านพื้นฐาน (Infrastructure) ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputation) และความเสี่ยงด้านการตลาด (Marketplace) โดยการบริหารความเสี่ยงขององค์กรจะนำประเภทของความ

เสี่ยงทั้ง 4 ประเภทมาใช้ประเมินความสำเร็จขององค์การ และผลกระทบที่มีต่อกลยุทธ์วิธีการดำเนินงาน สามารถดำเนินการตามกฎระเบียบข้อบังคับ

Committee of Sponsoring Organisations of The Treadway Commission (COSO, 2004, quoted in Frigo and Anderson, 2011: iii) ให้ความหมายว่าการบริหารความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารและบุคลากร มีส่วนร่วมในการ กำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงานในการบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กร สามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้

Committee of Sponsoring Organisations of The Treadway Commission (COSO) (2012: 3-17) และ Dumbra, V. and Severian Iacob, V. (2013: 88-90) อธิบายเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยง ประกอบด้วย ลักษณะและประเภทของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น แนวทางการประเมินผลกระทบ การระบุโอกาสที่เกิดขึ้น ระยะเวลาของโอกาส และผลกระทบที่เกิดขึ้น แนวทางการกำหนดระดับความเสี่ยง ระดับความเสียหายที่ยอมรับได้และระดับความเสี่ยงที่องค์กรต้องจัดการ โดยระดับของโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงและระดับของความเสียหาย (Likelihood and Impact) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1) น้อยมาก 2) น้อย 3) ปานกลาง 4) สูง 5) สูงมาก

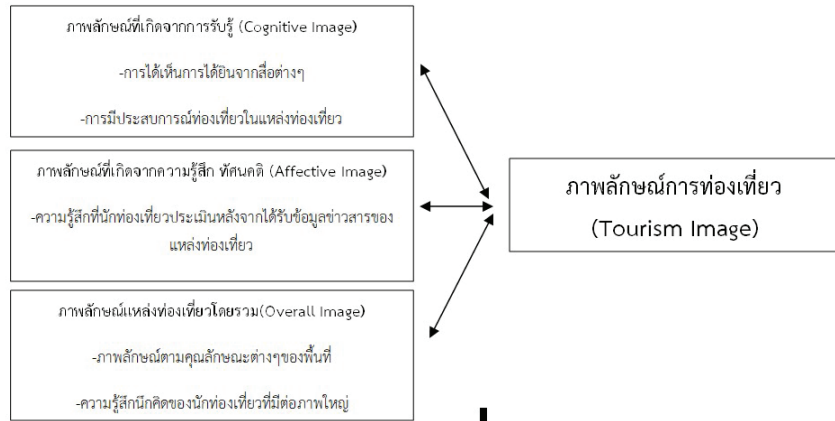
จากสถานการณ์มลภาวะฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานที่ส่งผลกระทบต่อสภาพลักษณะด้าน สิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว การจัดการความเสี่ยงที่ดี ทันสมัย รอบด้าน รวมถึงการมีแผนจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพนอกจากจะสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่ดียังเป็นการค้นหาแนวทางการจัดการสภาพแวดล้อม มลภาวะต่างๆ ของกรุงเทพมหานครให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นอีกด้วย

### ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์รวมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างกันตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Baloglu, S. and McCleary, K. W., 1999; Echtner, C. M. and Ritchie, J.R.B., 2003) และเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนักท่องเที่ยวเองตามประสบการณ์ที่คาดหวังว่าจะได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ต้องสื่อสารถึงนักท่องเที่ยวอย่างเป็นจริง(เกศสุนีย์ สุขพลอย, 2558)

ภาพลักษณ์สำคัญของกรุงเทพมหานครที่เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางกลับมามาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อม สภาพการเมืองที่มีเสถียรภาพ ความปลอดภัย ความสะอาด 2) ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าตื่นตาตื่นใจ พร้อมด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3) ภาพลักษณ์ด้านปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์ มีสถานบันเทิง มีประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดี และมีการเดินทางที่สะดวก 4) ภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีมลพิษน้อย เป็นสถานที่ที่ผ่อนคลาย 5) ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ผู้คนมีความเป็นมิตร ที่พักมีความเหมาะสม ตลอดจนมีข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอต่อการรับรู้(ศลิษา ธีรานนท์: 2558)

ภายใต้สถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กที่มีค่าเกินมาตรฐาน เลี่ยงไม่ได้ที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านปัญหามลภาวะ สิ่งแวดล้อม ของกรุงเทพมหานคร ในขณะที่เดียวกันภาพลักษณ์ที่เป็นปัจจัยสำคัญทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ยังไม่ได้รับผลกระทบ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม (Overall image) ของกรุงเทพมหานครยังคงได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว หากกรุงเทพมหานครมีแผนการจัดการความเสี่ยงด้านปัญหามลภาวะ ปัญหาทางสิ่งแวดล้อมที่ดี ยิ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

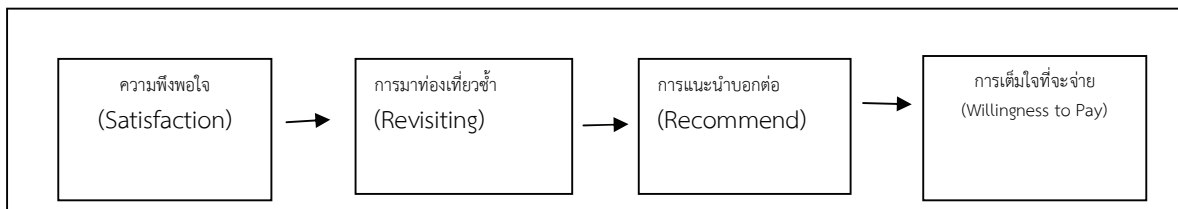
ที่มา : C. M. and Ritchie, J.R.B., 2003 International Pleasure Travelers Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors. Journal of Travel Research. Vol. 38, Issue2, pp. 144-152. DOI: 10.1177/004728759903800207

### การสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจ ความภักดีของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง กระบวนการประเมินค่า ทศนคติ การแสดงออกถึงความรู้สึก ในทางบวก ที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มักเป็นการเปรียบเทียบกับ การคาดหวังก่อนการเดินทาง (ตุ๊กตา ไสมณี และชาติยานิลพลับ, 2560) หากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นนานขึ้น หรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ แนวคิดความพึงพอใจของ Cooper et al.(1993) โดยความพึงพอใจมี 3 องค์ประกอบ 1) แหล่งท่องเที่ยว(Attraction) คือ สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ ความประทับใจ 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว(Accessibility) คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวการเดินทางที่สะดวกปลอดภัย 3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว(Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

### ความภักดีของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมหรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวในอนาคต ที่แสดงออกหลังจากได้เข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว หรือได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ความภักดีช่วยให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีก รวมถึงการแนะนำบอกต่อ(จิงจินต์ เจริมจื่อหออ,2560) ในขณะที่ความภักดีจากแนวคิดของ Robinson, and Ftherington, (2006) 1) การมาท่องเที่ยวซ้ำ(Revisiting) เป็นการแสดงความผูกพันที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจในอนาคตที่จะกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวอีก 2) การแนะนำบอกต่อ(Recommend)การบอกเล่าประสบการณ์ การแนะนำให้คนอื่นให้เข้ามาท่องเที่ยว 3) ความเต็มใจที่จะจ่าย(Willingness to Pay)ความไม่หวั่นไหวต่อราคาสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวแม้ราคาจะแพงขึ้น ทั้งหมดเกิดขึ้นจากระดับความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 3



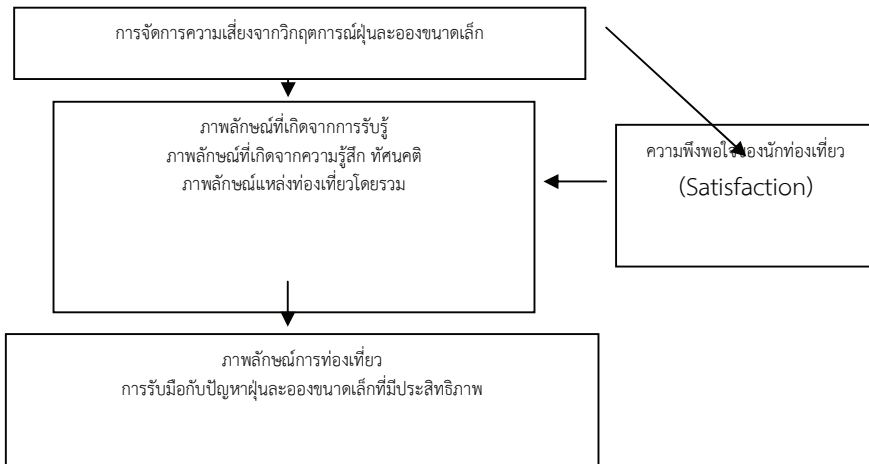
ภาพที่ 3 ความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ที่มา : Robinson, S. and Etherington, L. (2006). Customer Loyalty: A Guide for Time Traveler. New York: Palgrave Macmillan tent Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. Dutch Journal of Educational Research. Vol. 2, pp. 49-60

### สรุป

จากสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุกปี เป็นข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ชล่อตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งวิกฤตจะเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระยะยาวหากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม อาจสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม และมลภาวะที่เป็นพิษได้ การจัดการความเสี่ยงกับปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กที่มีกระบวนการที่ชัดเจนจะมีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น และสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

หากพิจารณาถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพที่มีอยู่จากปัจจัยด้านความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถเดินทางด้วยระบบคมนาคมที่สะดวกสบาย ส่งเสริมให้ภาพลักษณ์โดยรวมทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครยังเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยม ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์ด้านมลภาวะ ที่เกิดจากปัญหาทางสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่แต่เดิม และต้นเหตุจากปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กที่เกิดขึ้นก็ยังสามารถเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ โดยอาศัยมาตรการจากหน่วยงาน ภาครัฐประชาชนที่จะเข้ามาสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการทำความเข้าใจในสภาพปัญหาอย่างลึกซึ้งตรงไปตรงมา แต่ถ้าหากปล่อยให้กรุงเทพมหานครต้องเผชิญกับปัญหาดังกล่าวอย่างไร้ทิศทาง ซ้ำซาก ไม่มีทางออกในการแก้ไข ปัญหาทางสิ่งแวดล้อม ปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กจะเป็นภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครที่ยากต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถอธิบายได้จากแผนภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิด การจัดการความเสี่ยงที่จะสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การจัดการความเสี่ยงจะกระบวนการระบุความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐานในมุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาก่อนหลัง ที่จะสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างมีทิศทางและมีประสิทธิภาพ มีส่วนส่งเสริมความเชื่อมั่นจากมาตรการข้อปฏิบัติต่างๆ รวมถึงภาพลักษณ์การจัดการกับปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กที่ดีของกรุงเทพมหานครให้เกิดความเชื่อมั่นและความปลอดภัยในสุขภาพของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว ความภักดีของนักท่องเที่ยว ในระยะยาวจะนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การบอกต่อ จะมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ดีให้กับกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะการบอกต่อ จากเพื่อน คนรู้จัก คนในครอบครัว หรือการบอกต่อจากบุคคลอ้างอิง บุคคลตัวอย่าง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

## เอกสารอ้างอิง

- เกศสุณีย์ สุขพลอย. (2558). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและผลกระทบต่อการบอกต่อของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตรังและจังหวัดสตูลในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- จงจิณต์ เจริญจ้อ. (2560). คุณค่าตราสินค้าเข้าสู่แบรนด์ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ณัฐพล สิริพรพิสุทธิ. (2558). องค์ประกอบของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2554). กรอบการบริหารความเสี่ยงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 3 เมษายน 2557 เข้าถึงได้จาก [http://www.set.or.th/th/about/overview/files/Risk\\_Sept2011.pdf](http://www.set.or.th/th/about/overview/files/Risk_Sept2011.pdf)
- ตุ๊กตา ไสมณี และชชาติยา นิลพลับ. (2560). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. คณะบริหารธุรกิจ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ศลิษา ธีรานนท์. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังการเกิดวิกฤตการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557. เศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. (13): 38-55
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (2012). **Thought leadership in ERM: risk assessment in practice**. Durham, NC: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., and Wanhil, S.(1993). **Tourism Principles and Practice**. (2<sup>nd</sup> ed.). Harlow, Essex: Addison Wesley Longman
- Echtner, C. M., and Ritchie, J. R. B. (2003) U.S. **International Pleasure Travelers Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors**. Journal of Travel Research. Vol. 38, Issue2, pp. 144-152. DOI: 10.1177/004728759903800207
- Hopkin, Paul. (2013). Risk management. London: Kogan Page.
- Robinson, S. and Etherington, L. (2006). **Customer Loyalty: A Guide for Time Traveler**. New York: Palgrave Macmillan tent Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. Dutch Journal of Educational Research. Vol. 2, pp. 49-60
- V.L.Grose, Managing Risk. Englewood Cliffs: Prentce Hall, 1