



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0:

กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง

Urban Design and Development Guidelines for Tourist Cities towards
Thailand 4.0: Case Studies of Phuket, Chiang Rai, and Phatthalung

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ

คมกริช ธนะแพทย์

ภายใต้แผนงานวิจัย

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0

มิถุนายน 2562

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0:

กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง

Urban Design and Development Guidelines for Tourist Cities towards
Thailand 4.0: Case Studies of Phuket, Chiang Rai, and Phatthalung

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ

คมกริช ณะเพทย์

ภายใต้แผนงานวิจัย

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0

The Strategic Plan for Sustainable Tourism Hubs for Thailand 4.0

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของไทยในปัจจุบัน และคาดว่าจะเพิ่มความสำคัญขึ้นไปอีก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน รวมถึงผลกระทบต่อชุมชน จากที่ประชากรโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และชนชั้นกลางมีรายได้เหลือสำหรับการพักผ่อนมากขึ้น ประกอบกับการขยายเครือข่ายสายการบินราคาถูกลงและการลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบในการเดินทาง จึงคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะจากประเทศจีน ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น คนรุ่นใหม่ท่องเที่ยวด้วยตนเองและเน้นประสบการณ์มากขึ้น รวมถึงการใช้เครื่องมือสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างกว่าเดิมและเกิดขึ้นได้แทบทุกพื้นที่ トラบใดที่มีความสะอาด สะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

ไม่ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปอย่างไร หรือแหล่งท่องเที่ยวจะขยายเข้าไปในพื้นที่ชนบทและป่าไม้เท่าใด เมืองก็ยังคงเป็นฐานรองรับและจุดเปลี่ยนถ่ายการเดินทาง เป็นที่พักแรมและพักผ่อน เป็นที่ซื้อของและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว เมืองจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หลักของการท่องเที่ยวอยู่เสมอและเรื่อยไป แต่นโยบายการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ หรือเป็นเส้นทางที่เชื่อมแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ผูกโยงกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองในภาพรวม โครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมแบบเดิมจึงไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ปัญหาเหล่านี้มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ของเมือง และต่อการดำรงชีวิตของคนในเมือง โดยยิ่งทำให้ศักยภาพและความน่าเที่ยวของเมืองลดน้อยลง พร้อมกันนี้ กรอบแนวคิดและแนวทางการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน เพื่อรับมือกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและด้านอื่น ๆ ที่มีความไม่แน่นอนสูงและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมถึงเรื่องอัตลักษณ์หรือแบรนด์ของเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ (1) ประมวลภาพรวมของประเด็นปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย (2) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการหลักในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว (3) วิเคราะห์ประเด็นความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา และ (4) จัดทำตัวอย่างแผนกลยุทธ์ 5-10 ปีสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา พร้อมตัวอย่างการออกแบบในย่านสำคัญของเมืองท่องเที่ยว

วิธีการวิจัย

เนื่องจากเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีเงื่อนไข บริบท ข้อจำกัดและโอกาสในการพัฒนาที่ไม่เหมือนกัน คณะวิจัยจึงเลือกกรณีศึกษาพื้นที่เมืองใน 3 จังหวัดที่มีความหลากหลายและความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาและออกแบบเมืองต่างกัน ได้แก่ (1) พื้นที่เมืองภูเก็ตและชายหาดสำคัญเป็นกรณีศึกษาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ (2) พื้นที่เมืองแม่สายและเชียงของในจังหวัดเชียงรายเป็นตัวแทนเมืองท่องเที่ยวชายแดน และ (3) เมืองพัทลุงเป็นตัวแทนเมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังเข้าร่วมในกระบวนการวิจัยของโครงการวิจัยอื่นในแผนงานเดียวกันนี้ในพื้นที่เมืองเชียงใหม่และลำปาง

ในด้านวิธีการศึกษา คณะผู้วิจัยได้ทดลองแนวคิดและกระบวนการวางแผนแบบฉากทัศน์และการพัฒนาแบรนด์ของเมือง เพื่อใช้เป็นกรอบในวางยุทธศาสตร์และออกแบบพื้นที่เมืองที่แตกต่างไปจากเดิม ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในฐานข้อมูลทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประชากร เศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงสำรวจในพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อยและการนำเสนองานให้กับตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบและบทเรียนหลักที่ได้จากการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและทดลองดำเนินกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว สรุปโดยคร่าวได้ดังนี้

ความท้าทายหลัก : กักตักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของไทยไม่ว่าจะเป็นภูเก็ตหรือเชียงใหม่ ถือว่าอยู่ในสภาพติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มมูลค่าได้มากจากการท่องเที่ยวตั้งเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของโลก แม้ว่าในบางพื้นที่จะมีโรงแรมและร้านอาหารระดับหลายดาวที่มีคนมีชื่อเสียงระดับโลกมาพักบ้าง แต่โดยทั่วไปก็ยังเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มูลค่าไม่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวในระดับโลก ส่วนในด้านขีดความสามารถในการรองรับ เป็นที่ชัดเจนว่า โครงสร้างพื้นฐานเมืองยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ดีพอ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีอื่นที่เอื้อต่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ก็ยังไม่นำมาสมัยมาก ส่วนในด้านเอกลักษณ์ พื้นที่ในเมืองหลายแห่งประสบปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม รวมไปถึงวัฒนธรรมและความเป็นชุมชนที่มีมาแต่เดิม จนไม่เหลือเอกลักษณ์ของเมืองเดิม ดังนั้น การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไทยให้เข้าสู่ระดับชั้นนำของโลก จำเป็นต้องปรับองค์ประกอบทุกส่วนให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

ขณะเดียวกัน เมืองรองบางแห่งที่มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว เช่น แม่สายและพัทลุง ยังไม่ได้พัฒนาพื้นที่เมืองให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนนโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอยู่มักเน้นไปที่

กิจกรรมการจัดงานเป็นครั้งคราวไป อาจมีการออกแบบพื้นที่สาธารณะบ้าง แต่ไม่ไปไกลถึงการออกแบบและปรับเปลี่ยนสภาพกายภาพของเมืองเพื่อพัฒนาและรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

ประเด็นยุทธศาสตร์ : ความสามารถในการรองรับ อัตลักษณ์เมือง การกระจายภาระและผลประโยชน์

เมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละพื้นที่ โดยขึ้นอยู่กับระดับการพัฒนา ขนาดและโครงสร้างของเมือง เงื่อนไขด้านภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงระบบราชการและการเมืองในแต่ละพื้นที่ ความท้าทายหลักของเมืองท่องเที่ยวที่สรุปได้จากกรณีศึกษามีอยู่ 3 ด้านด้วยกัน คือ ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านอัตลักษณ์ของเมือง และด้านการกระจายภาระและผลประโยชน์ ตามรายละเอียดโดยย่อ ดังนี้

1. ขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวพัฒนาไม่ทันความต้องการ

ปัญหาสำคัญที่สุดของเมืองท่องเที่ยวในไทยคือ โครงสร้างพื้นฐานเมืองไม่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานสามารถพัฒนาได้ช้า ด้วยการลงทุนที่สูงและอุปสรรคของการดำเนินนโยบาย ความท้าทายสำคัญในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ปัญหาการสัญจรทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง โดยเฉพาะในด้านการขนส่งสาธารณะ ปัญหาการจัดการขยะและน้ำเสีย ปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้ และปัญหาคุณภาพอากาศในเมือง เมืองท่องเที่ยวชั้นนำทุกแห่งประสบกับปัญหาเหล่านี้

2. อัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวไม่ได้รับการรักษาหรือเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น

การพัฒนาเมืองเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้อัตลักษณ์ของเมืองทั้งในด้านกายภาพและสังคมวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป ในหลายเมืองที่อัตลักษณ์เมืองโดดเด่นในด้านสถาปัตยกรรม และมีวัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เมืองเชียงใหม่ การสูญเสียอัตลักษณ์เมืองถือเป็นประเด็นท้าทายที่ต้องมีการวางแผนและพัฒนาเมืองเพื่อรับมือต่อไป แม้กระทั่งในเมืองที่ไม่ได้มีจุดขายอยู่ที่วัฒนธรรมดั้งเดิม ดังในกรณีของเมืองชายหาดในจังหวัดภูเก็ต การไร้ซึ่งการออกแบบเมืองที่รักษาอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ก็ทำให้แบรนด์ของพื้นที่ไม่มีความเด่นชัด หากไม่มีการออกแบบและควบคุมกำกับต่อไป ก็ยิ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของเมืองเหล่านี้ไม่มีทิศทางและอัตลักษณ์เป็นของตนเอง จนอาจทำให้ความน่าสนใจและแรงดึงดูดของเมืองน้อยลง

3. ผลประโยชน์กับภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเป็นธรรม

ความท้าทายสำคัญอีกประการหนึ่งคือการจัดสรรและประสานทั้งประโยชน์และภาระที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมือง ผู้อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำเกือบทุกแห่งกำลังประสบปัญหาด้านราคาที่ดินและที่อยู่อาศัย อันเนื่องมาจากการพัฒนาที่ดินเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้น

มากจนคนในเมืองไม่สามารถจ่ายได้และต้องย้ายไปอยู่ที่ห่างไกลออกไปจากแหล่งงาน นำไปสู่ปัญหาด้านการสัญจรเดินทาง โดยเฉพาะปัญหาการขาดระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและการจราจรติดขัด รวมไปถึงแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเข้าไปในอาคารที่อยู่อาศัยและย่านชุมชนเดิม ทั้งที่พักค้างและสถานประกอบการที่รองรับนักท่องเที่ยว จนทำให้เกิดปัญหากับชุมชน โดยเฉพาะความขัดแย้งระหว่างผู้ได้ประโยชน์กับผู้ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวภายในพื้นที่

แม้ว่าปัญหาทั้งสามด้านเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำเช่นภูเก็ตและเชียงใหม่ แต่ก็เริ่มเห็นเค้าของปัญหาดังกล่าวในเมืองท่องเที่ยวระดับรองมา ทั้งแม่สาย เชียงของ และลำปาง ซึ่งมีปัญหาขัดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การจราจรติดขัดและการขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี และปัญหาขยะมูลฝอย โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เมืองต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าปกติ เช่น กรณีเมืองเชียงของที่ต้องรับนักท่องเที่ยวเงินที่ขับรถลงมา นอกจากนี้ เมืองระดับรองก็ยังขาดการออกแบบเมืองและกิจกรรมที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะพักหรือค้างแรมในเมืองมากกว่าเดิม ดังในกรณีของพัทลุงและแม่สาย

อนาคตของเมืองรองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว

เมืองขนาดเล็กในประเทศไทยจำนวนมาก รวมถึงเมืองพัทลุงและเชียงของ หรือแม้แต่ขนาดกลางเช่นลำปาง กำลังประสบกับความท้าทายสำคัญ คือ จำนวนประชากรมีแนวโน้มคงที่หรือลดลง และฐานเศรษฐกิจไม่มีความหลากหลาย เนื่องจากไม่มีธุรกิจใหม่ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองไปในอนาคต การท่องเที่ยวจึงดูเหมือนเป็นทางเลือกสำคัญที่อาจช่วยแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจและประชากรของเมืองขนาดเล็กเหล่านี้ได้ การพัฒนาระบบดิจิทัลอาจช่วยได้บ้าง แต่เศรษฐกิจฐานดิจิทัลก็มักเอื้อต่อเมืองใหญ่มากกว่า ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง และอาจมีผลอย่างมากต่ออนาคตของเมือง

ข้อจำกัดในการมองอนาคตและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน

ในภาพรวม แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีนโยบาย แผนงาน และโครงการในการจัดการเมืองเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยวบ้าง แต่แทบทุกพื้นที่ไม่ได้มีการวางแผนระยะยาวที่มาจากวิเคราะห์ภาพอนาคตของการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แม้ว่าแทบทุกแห่งมีการระบุวิสัยทัศน์ แต่ก็มักเป็นแนวคิดที่มาจากวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาในปัจจุบัน ไม่ได้มองภาพการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเท่าใด อีกทั้งยังไม่มีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองที่นำมาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาและออกแบบเมือง ส่วนเครื่องมือที่ใช้การวางแผนเมืองก็มักเน้นเรื่องการควบคุมโดยผ่านการวางผังเมืองรวมเป็นหลัก และมักไม่นำไปสู่การพัฒนาในระดับย่านที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ในบางพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและนักธุรกิจในพื้นที่ ก็เห็นถึงความพยายามในการนำเอาปัจจัยด้านการพัฒนาเมืองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการท่องเที่ยว แต่ก็อาจยังจำกัดอยู่ในรูปแบบของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว และยังไม่มีการวางแผน

เชิงพื้นที่อย่างชัดเจนเท่าใดนัก โดยเฉพาะการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในระดับย่าน แม้ว่าเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งได้ออกแบบพื้นที่สาธารณะและเส้นทางท่องเที่ยวด้วยการเดินและจักรยาน แต่ยังไม่ได้สร้างความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองในภาพรวมกับการออกแบบพื้นที่สาธารณะเท่าใดนัก

ความท้าทายด้านองค์กรและการสร้างหุ้นส่วนในการบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายสำคัญที่พบในทุกกรณีศึกษาคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการบริหารจัดการเมืองของตนเอง สาเหตุหนึ่งคือ นโยบาย กรอบกฎหมายและแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานส่วนกลางที่ไม่เกื้อหนุนให้หน่วยงานท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการเมืองของตนเองได้อย่างเต็มที่ ในหลายกรณี นโยบายส่วนกลางและส่วนภูมิภาคขัดกับนโยบายและความต้องการของท้องถิ่น อีกสาเหตุหนึ่งที่เกี่ยวข้องกันคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีขีดจำกัดในความสามารถด้านการวางแผนและบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายดังกล่าวผูกโยงกับเรื่องบทบาทของหน่วยงานส่วนภูมิภาคในการบริหารจัดการภายในท้องถิ่น ข้อสังเกตหนึ่งจากการศึกษานี้คือ ทิศทางและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองขนาดเล็กมักกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างยืดหยุ่นและสะท้อนความต้องการของพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ และต้องพึ่งหน่วยงานส่วนกลางมาก นโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองในหลายพื้นที่มักขับเคลื่อนโดยผู้ว่าราชการหรือนายอำเภอ แม้ว่าในหลายแง่มุม แนวทางดังกล่าวอาจมีประสิทธิภาพและเหมาะสม แต่มักเกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงนโยบายเมื่อเปลี่ยนผู้บริหารในจังหวัดหรืออำเภอ ทำให้ไม่เกิดการสานต่องานด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองต่อไปได้ ในบางครั้งก็เกิดปัญหาความไม่ลงรอยกันระหว่างผู้บริหารส่วนภูมิภาคกับส่วนท้องถิ่นในด้านนโยบายและแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาเมือง

ความท้าทายด้านการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์อย่างยิ่งกับบทบาทของภาคเอกชนในพื้นที่ เมืองไหนที่ภาคธุรกิจเข้มแข็งและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมือง เมืองนั้นก็เกิดการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าผู้บริหารท้องถิ่นในเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กบางแห่งอาจใกล้ชิดกับภาคเอกชนอยู่บ้างก็ตาม แต่ดูเหมือนว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองก็ยังกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็นหลัก ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นกับเมืองท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดใหญ่เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ภายใต้ข้อจำกัดด้านการวางแผนนโยบายแบบรวมศูนย์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการภาคเอกชนทั้งในด้านธุรกิจท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เริ่มแสดงบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเมือง ดังในกรณีของภูเก็ต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอหลักในภาพรวมของงานนี้คือ ความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการพื้นที่เมือง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของ

โครงสร้างพื้นฐานในเมืองให้สะดวก สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และทันสมัย พร้อมกับสร้างความยั่งยืนด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มักได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมระหว่างกลุ่มคน ไปจนถึงการรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองที่เป็นไปตามบริบทที่เหมาะสม ดังนั้น ความ เป็นเมืองท่องเที่ยว 4.0 ที่เป็นเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงแค่การใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย แต่ต้องรวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาเมืองที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเมือง โดยรวม รวมถึงการสร้างแบรนด์ของเมืองที่ได้คนในเมืองได้ร่วมพัฒนาขึ้นมา เพื่อรักษาและเสริมอัตลักษณ์ของ เมืองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน การออกแบบและพัฒนาเมืองจะเป็นการนำสินทรัพย์ (assets) ที่แต่ละเมืองมีอยู่ แล้วในด้านภูมิฐานและสิ่งแวดล้อม มาประยุกต์ใช้ต่อให้กลายเป็นทุน (capital) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป

ทั้งนี้ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไม่ได้อยู่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้จากการท่องเที่ยว แต่ต้องรวมไปถึงเป้าหมายที่ว่า เมืองจะใช้การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยขับเคลื่อนในการขยายฐานทางเศรษฐกิจให้กว้างและหลากหลายมากขึ้น มีมูลค่าสูงขึ้น และเป็นธรรมมากขึ้น

หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

งานวิจัยนี้ยึดหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมือง คือ การสร้างความยั่งยืนด้าน เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ โดยถือว่าการออกแบบ พัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่เมืองท่องเที่ยวต้องไม่ขัดกับคุณค่า หรือคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้พื้นที่นั้นเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมา เที่ยวอีก รวมทั้งผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวก็ต้องจัดสรรคืนกลับให้กับชุมชนในท้องถิ่นด้วย

หลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่น่าเสนอในงานครั้งนี้มี 7 ประการด้วยกัน ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวต้องยั่งยืน (2) มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยว (3) สร้างเสริมประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยว (4) พัฒนาและออกแบบตามบริบทที่เหมาะสมกับพื้นที่ (5) ยกระดับคุณภาพเมืองให้ดีขึ้นไปอีก ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและคนที่ดำรงชีวิตอยู่ในเมือง (6) มีกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นจนจบ และ (7) เชื่อมโยงองค์ประกอบระดับภาค เมืองและชุมชน

การสรรสร้างสถานที่ในการออกแบบย่านท่องเที่ยว

สำหรับการออกแบบเมือง คณะผู้วิจัยเสนอให้ใช้แนวคิดการสรรสร้างสถานที่ (placemaking) ซึ่งหมายถึง กระบวนการวางแผน ออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะที่มุ่งปรับปรุงและพัฒนา ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์ พร้อมกับสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในชุมชนและผู้มาเยี่ยม เยือน ด้วยการออกแบบกายภาพและกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่นั้น ทั้งนี้ แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีความ

เฉพาะในระดับย่านเป็นของตนเอง แต่การวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมืองต้องเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของพื้นที่เหล่านี้ด้วย โดยเฉพาะในบริเวณที่พื้นที่ในลักษณะต่างกัน ตั้งอยู่ติดกันหรือคาบเกี่ยวกัน เช่น พื้นที่ชายหาดธรรมชาติตั้งอยู่ติดกับพื้นที่เมืองในจังหวัดภูเก็ต พื้นที่ภูเขาและแม่น้ำระหว่างประเทศตั้งอยู่ติดกับเมืองแม่สายและเชียงของ ทะเลน้อยอยู่ไม่ห่างจากเมืองพัทลุง ฯลฯ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักเยี่ยมชมสถานที่หลายรูปแบบในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และมีประสบการณ์หลากหลายในแต่ละย่าน การออกแบบเมืองท่องเที่ยวจึงต้องเข้าใจในความเชื่อมโยงดังกล่าว แม้ว่าแทบทุกพื้นที่สามารถกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่ไม่ใช่ว่าทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวสมควรที่จะไปเกิดได้ทุกที่ แต่ละพื้นที่ย่อมมีคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขที่แตกต่างกัน การออกแบบและพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งย่อมแตกต่างกันออกไป

ด้วยพลวัตกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเริ่มเข้าไปพักค้างและเยี่ยมชมในพื้นที่ชุมชนที่คนทั่วไปอยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ย่านที่อยู่อาศัยจึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น การออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจึงไม่จำกัดอยู่เพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมแบบเดิม

ข้อเสนอแนะเชิงกระบวนการพัฒนาและออกแบบเมือง

จากการทดลองวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในพื้นที่กรณีศึกษา สามารถสรุปเป็นกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ของเมืองท่องเที่ยว

การวิเคราะห์เบื้องต้นสามารถเริ่มด้วยวิธีการ SWOT – TOWS แล้วตามด้วยวิธีการสำรวจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมืองและค่านิยม (Social, Technological, Economic, Environmental, Political, and Value – STEEPV) ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมือง

2. การสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยวในอนาคต

การวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยวต้องเป็นมากกว่าการแก้ไขปัญหาที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากหลายปัจจัยอาจมีความไม่แน่นอนสูง แต่มีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวและเมืองในอนาคต นอกจากนี้ การสรรค์สร้างสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ การคาดการณ์และจินตนาการเกี่ยวกับอนาคตเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญ ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอวิธีการสร้างฉากทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปตามประเด็นยุทธศาสตร์ บริบทและเงื่อนไขในแต่ละพื้นที่ ในกรณีภูเก็ต ตรรกะของฉากทัศน์แบ่งออกเป็น 2 แกนคือ แกนของแนวทางการพัฒนาเมือง ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบครอบคลุมขนาดใหญ่ (Comprehensive, Big & Bold) และแบบทีละเล็กละน้อย (Incremental, Small is beautiful) และแกนของกลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบเน้นการเพิ่มมูลค่า (value-based, survival of the finest) หรือแบบลดราคา (cost-based,

survival of the cheapest) เมื่อนำสองแกนนี้มาไขว้กันแล้ว จึงได้ฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวในอนาคต 4 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองติดกับตักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (2) ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (3) ไม่อามีตะวันออก และ (4) รีเวีย ราวแห่งอันดามัน

ส่วนในกรณีแม่สายและเชียงของ คณะผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสร้างฉากทัศน์อีกแบบหนึ่ง โดยเริ่มจากการตีความหมายของคำว่า “ชายแดน” ขึ้นมาใหม่ โดยตีความคำว่าชายแดนทั้งในความหมายของการข้าม การเชื่อม และการเข้า พร้อมกับทางเลือกด้านฐานเศรษฐกิจหลักของเมืองในอนาคต จึงได้ฉากทัศน์สำหรับการพัฒนาและออกแบบเมือง 3 ภาพ ได้แก่ (1) คำชายชายแดน (2) ผจญภัยไร้พรมแดน และ (3) ประตูสู่ไทย

สำหรับเมืองพัทลุง คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เป็นเมืองที่กำลังเริ่มเผชิญกับการลดลงด้านประชากรและเศรษฐกิจ เนื่องจากคนหนุ่มสาวย้ายออกและฐานเศรษฐกิจไม่ขยายตัวและความหลากหลาย ivotการพัฒนาจึงไม่ใช่เพียงแค่ว่า จะพัฒนาเมืองอย่างไรให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่คือจะทำอย่างไรให้การท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยขยายฐานและเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจให้กับเมืองพัทลุง ซึ่งจะทำให้ประชากรไม่ลดต่าลงจากโจทย์ดังกล่าว จึงใช้กรอบแนวคิดที่แบ่งฉากทัศน์ออกเป็น 3 ฉากคือ ฉากทัศน์ตามแนวโน้มปกติ ฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่แย่ที่สุด และฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่ดีที่สุด ตามกรอบคิดดังกล่าว สามารถสร้างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวพัทลุงได้ 3 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองถูกกลืน – ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป (2) เมืองลวงแวง – พักพอหายเหนื่อย และ (3) เมืองต้องรัก – หมุดหมายปลายทาง

3. การพัฒนาแบรนด์เมือง

อัตลักษณ์ (identity) ภาพลักษณ์ (image) และแบรนด์ (brand) ของเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว นับตั้งแต่การกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้สืบค้นเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เลือกและตัดสินใจจะมาเยือน และเมื่อได้มาเยือนแล้ว จะบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ การมีแบรนด์ที่ชัดเจนและได้รับการตอบรับที่ดี ย่อมทำให้เมืองนั้นสามารถแข่งขันกับเมืองอื่นได้ การพัฒนาแบรนด์เมืองเป็นองค์ประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์เมือง ซึ่งไม่ใช่แค่การสื่อสารประชาสัมพันธ์และโฆษณาสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แต่ต้องรวมไปถึงการพัฒนากิจกรรม สินค้าและการบริการ รวมถึงการปรับเปลี่ยนพื้นที่จริงในเมือง

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบว่า เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมากไม่มีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองอย่างจริงจัง และมีน้อยมากที่นำแบรนด์ของเมืองมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาและออกแบบเมือง แม้ว่าบางเมืองอาจดำเนินกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองมาแล้วบ้าง แต่โดยมากยังจำกัดอยู่เพียงแค่การออกแบบโลโก้ คำขวัญ มาสคอต แต่น้อยมากที่ได้ถ่ายแนวคิดของแบรนด์ออกมาในการพัฒนาและออกแบบพื้นที่ในเมือง เท่าที่พบคือมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สาธารณะที่พยายามสะท้อนแบรนด์ของเมืองเป็นหลัก

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอตัวอย่างของการสร้างแบรนด์ของเมือง ในกรณีภูเก็ต องค์ประกอบพื้นฐานของแบรนด์ คือ G-E-M (Gorgeous, Experiential, Memorable) ที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ได้รับการเยียระไนให้สวยงามและมีความหลากหลายของสีสันตามมุมมองและความชื่นชอบของแต่ละคน สำหรับแม่สายคือ ธรรมชาติพันธุ์ไร่พรมแดน ซึ่งสื่อถึงความเป็นเมืองชายแดนที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ และมีกิจกรรมหลากหลายประเภท มาประสานและสัมพันธ์กัน ส่วนเชียงของนั้น องค์ประกอบพื้นฐานของแบรนด์เป็น ริมโขง มิตรภาพ และวัฒนธรรม ในขณะที่พัทลุงมีองค์ประกอบหลักเป็นคุณลักษณะที่ได้จากการสำรวจและรับฟังความเห็นจากคนในพื้นที่ คือ เต็ด ดั่ง ดำ ซึ่งกลายมาเป็นแบรนด์ “ใต้แท้”

4. การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง

เมื่อได้ฉลากทัศน์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง ในกรณีของภูเก็ต คณะผู้วิจัยเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตไปพร้อมกับการพัฒนาพื้นที่สะพานหินขึ้นใหม่เป็นแหล่งการประชุมนานาชาติที่ทันสมัยที่สะท้อนความเป็นโมเดิร์นออก ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่หาดกะรนให้เป็นชายหาดเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบฉลากทัศน์ ริเวียร่าแห่งอันดามัน นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้เมืองภูเก็ตกลายเป็นเมืองดิสโทเปียการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยจึงเสนอ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบริเวณชุมชนเมืองเพื่อตอบโจทย์ด้านการขาดแคลนน้ำและน้ำท่วมฉับพลัน พร้อมกับการพัฒนาพื้นที่นันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวและคนใช้ชีวิตในเมืองภูเก็ตให้ดียิ่งขึ้นไปพร้อมกัน ยุทธศาสตร์ในส่วนนี้สะท้อนอีกหลักการหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวคือ การประสานประโยชน์ในการใช้พื้นที่ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลายประการและความต้องการของคนหลายกลุ่มไปพร้อมกัน

สำหรับแม่สาย ตัวอย่างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมืองคือ การฟื้นฟู บูรณะและพัฒนาพื้นที่เมืองส่วนที่ติดกับแม่น้ำและพื้นที่ดอย เพื่อให้เกิดย่านของการท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบโจทย์ของฉลากทัศน์เมืองแห่งการผจญภัยข้ามพรมแดน รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาไปยังจุดชมวิวต่าง ๆ ที่สามารถเห็นทัศนียภาพทั้งฝั่งไทยและฝั่งพม่า ส่วนเชียงของ ยุทธศาสตร์หลักคือการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ พร้อมกับการเปิดเส้นทางเพื่อการเข้าถึงแม่น้ำจากพื้นที่เมืองเก่าเชียงของ และการสร้างจุดหมายตาที่สะท้อนและรักษาอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองริมแม่น้ำ โขง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับฉลากทัศน์การเป็นประตูสู่ไทย ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจากเงินเป็นจำนวนมาก โดยการเตรียมพื้นที่สำหรับการพัฒนาในอนาคต

สำหรับเมืองพัทลุง เนื่องจากจุดมุ่งหมายหลักคือต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแวะและค้างแรมมากขึ้น ตามฉลากทัศน์เมืองลองแวะและเมืองต้องรัก การออกแบบและพัฒนาเมืองจึงเน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาป้ายสัญลักษณ์และจุดหมายตาน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้ขับรถผ่านเลยไป รวมไปถึงการสร้างจุดหมายตาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขาอกทะลุ ไปพร้อมกับการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาเย็นและกลางคืน หรือตอนเช้าตรู่ เพื่อให้เกิดการค้างแรมมากขึ้น

อนึ่ง เมืองท่องเที่ยวในไทยแทบทุกแห่งประสบกับปัญหาด้านการสัญจรภายในเมืองของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่ต้องการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ยุทธศาสตร์หนึ่งที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วนคือ การพัฒนาเมืองที่เกื้อหนุนการใช้ขนส่งมวลชนสาธารณะ พาหนะไร้เครื่องยนต์และการเดิน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางทั้งของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และความยั่งยืนของระบบการขนส่งโดยรวม

5. การออกแบบเมือง

ขั้นตอนสุดท้ายคือการถอดเอายุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองออกมาเป็นการออกแบบความเชื่อมโยงของย่าน การออกแบบพื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงการเอาร่องประกอบเชิงการออกแบบ เช่น สี เงาม รูปทรง ที่สะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของเมืองต่อไป หลักการสำคัญของการออกแบบเมืองในส่วนนี้คือ รูปแบบด้านกายภาพและกิจกรรมที่เพิ่มเติมเข้าไปต้องสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นแบรนด์ของพื้นที่นั้น ๆ

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์จากการถอดบทเรียนในงานศึกษาคั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพื้นที่กรณีศึกษา

สำหรับพื้นที่กรณีศึกษาใน 3 จังหวัด สามารถสรุปข้อเสนอแนะในเชิงยุทธศาสตร์ระยะกลาง (5-10 ปี) ตามประเด็นยุทธศาสตร์หลัก 3 ด้านคือ ด้านขีดความสามารถในการรองรับ ด้านอัตลักษณ์ของเมือง และด้านการกระจายผลประโยชน์และภาระจากการท่องเที่ยว หลักการพื้นฐานในการพัฒนายุทธศาสตร์มีอยู่ 2 ประการ คือ การออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน และการออกแบบเมืองเพื่อเปลี่ยนภูมิฐานเมืองที่เป็นสินทรัพย์ (assets) ที่มีอยู่แต่เดิม ให้กลายเป็นทุน (capital) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

จังหวัดภูเก็ต

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา
- ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น ๆ
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบชุมชนเมือง
- ยุทธศาสตร์รักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงราย – เมืองแม่สาย

- ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน
- ยุทธศาสตร์การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย
- ยุทธศาสตร์สร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม

จังหวัดเชียงราย – เมืองเชียงของ

- ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง
- ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวในอนาคต
- ยุทธศาสตร์การจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

จังหวัดพัทลุง

- ยุทธศาสตร์การสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน
- ยุทธศาสตร์เสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา
- ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม
- ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

ในปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และพันธกิจด้านการโยธาธิการและผังเมืองอยู่แล้ว แต่ขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองยังมีอยู่จำกัด นับตั้งแต่ด้านกรอบแนวคิด วิธีการ ไปจนถึงทรัพยากรบุคคลและด้านงบประมาณ รวมไปถึงข้อจำกัดด้านความรู้ด้านการท่องเที่ยวและทักษะในการที่ถ่ายทอดออกมาเป็นแผนและผังการพัฒนาเมือง จึงควรส่งเสริมขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในรูปแบบที่ได้นำเสนอไปในงานศึกษานี้

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

การขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีแรงผลักดันและเกื้อหนุนจากภาคเอกชนในพื้นที่ ทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนอสังหาริมทรัพย์ และสาขาเศรษฐกิจอื่น จึงควรเปิดโอกาสและสร้างกระบวนการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองร่วมกับกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ส่วนในเมืองขนาดกลางและขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ก็ต้องมีการส่งเสริมธุรกิจด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น ใน

ขณะเดียวกัน ก็ต้องเปิดให้ประชาสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไปพร้อมกัน เพื่อให้แนวทางและผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน และเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง

การแก้ไขปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์เมืองที่ชัดเจนและเป็นระบบ หลักการพื้นฐานของการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของเมืองคือ ส่วนใดที่เอกชนสามารถทำได้และดีกว่าหน่วยงานภาครัฐ ก็ควรเปิดโอกาสให้เอกชนทำ โดยอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความเป็นธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวและสังคมโดยรวม ตัวอย่างเช่น ในการเพิ่มขีดความสามารถด้านการสัญจรของเมืองท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์สำคัญที่สามารถดำเนินการได้ในระยะสั้นและระยะกลางคือ การพัฒนาระบบรถประจำทางในเมือง โดยเฉพาะรถประจำทางที่วิ่งรับผู้โดยสารระหว่างสนามบิน สถานีขนส่งรถประจำทาง กับแหล่งที่พักและท่องเที่ยวสำคัญในเมือง โดยรัฐต้องสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนในเมืองด้านการเงินการคลัง โดยอาจร่วมทุน ให้เงินอุดหนุน หรือใช้มาตรการอื่น เพื่อให้การบริการดังกล่าวยังสามารถดำเนินต่อไปได้ นอกจากนี้ รัฐควรส่งเสริมระบบขนส่งทางเลือกใหม่ เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการเรียกรถ และการให้บริการเช่ารถจักรยานสาธารณะทั้งแบบที่มีสถานีและไม่มีสถานี

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว

แม้ว่ากระบวนการวางแผนนโยบายในระดับเมืองได้เปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด อีกทั้งกรอบแนวคิดและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมยังเน้นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน การวางแผนเมืองท่องเที่ยวสำหรับอนาคตจำเป็นต้องมองภาพกว้างและไกลกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงควรมีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตของเมืองร่วมกันของคนในเมือง กิจกรรมหนึ่งที่ควรส่งเสริมในยุทธศาสตร์นี้คือ การจัดการประชุมเพื่อคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์แบบมีส่วนร่วมในแต่ละท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจำเป็นต้องมีแบรนด์ของเมืองที่สื่อถึงอัตลักษณ์ทั้งในระดับเมืองและย่าน แต่การพัฒนาแบรนด์ของเมืองที่ผ่านมามักดำเนินการโดยนักวิชาการหรือบริษัทที่ปรึกษาเป็นหลัก จึงไม่ได้รับการยอมรับหรือใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายในเมืองนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายเอาแนวคิดจากแบรนด์มาออกแบบและพัฒนาเมืองต่อ ดังนั้น จึงควรมีกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองหรือบางย่านของเมืองที่เปิดให้ผูมีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความรู้เป็นเจ้าของในแบรนด์ที่พัฒนาขึ้นมา และนำไปประยุกต์ใช้ต่อในสายงานของตนเองได้อย่างเต็มที่

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในระดับย่าน

ความท้าทายสำคัญของเมืองท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไปแล้วในตอนต้นคือ การกระจายผลประโยชน์และภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบต่อชุมชน ยุทธศาสตร์หนึ่งที่มีจุดจัดการกับความท้าทายดังกล่าวคือ การวางแผนและผังในระดับย่านที่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และรับมือกับการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ในการนี้ อาจใช้วิธีการวางแผนแบบฉกัทัศน์หรือการมองอนาคตร่วมกันของคนในพื้นที่ก็ได้ เมื่อได้แผนผังในระดับย่านแล้ว ก็ควรมีการจัดทำแนวทางการออกแบบ (design guidelines) ของย่านนั้น พร้อมหาช่องทางใช้มาตรการทางกฎหมายหรือมาตรการด้านการคลัง จากนั้นควรมีโครงการนำร่องที่พัฒนาบางย่านของเมืองตามที่ได้ออกแบบไว้ และเมื่อผลลัพธ์ได้รับการตอบรับที่ดี จึงขยายขอบเขตการดำเนินโครงการไปย่านอื่นต่อไปได้

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

คอบขุดหลักของการดำเนินยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ ข้อจำกัดด้านบุคลากรในประเทศไทยที่มีความรู้และทักษะด้านการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่เข้าใจความท้าทายด้านการท่องเที่ยว ข้อจำกัดดังกล่าวมีทั้งด้านจำนวนและด้านขีดความสามารถของบุคลากร แผนงานหนึ่งซึ่งควรดำเนินการในยุทธศาสตร์นี้คือการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะเบื้องต้นกับเจ้าหน้าที่ด้านโยธาหรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้องในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกแผนงานหนึ่งคือการส่งเสริมงานวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันอาจยังไม่ลงรายละเอียดในระดับย่านได้ละเอียดมากพอที่จะวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองได้ดี โดยเฉพาะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ลงรายละเอียดในระดับพื้นที่ และแบ่งกลุ่มตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ไปจนถึงเส้นทางประสบการณ์ก่อนและหลังจากที่ได้มาเยี่ยมชมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของไทยในปัจจุบัน และคาดว่าจะเพิ่มสำคัญขึ้นไปอีก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน รวมไปถึงผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปอย่างไร เมืองจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หลักของการท่องเที่ยวอยู่เสมอและเรื่อยไป แต่นโยบายการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ หรือเป็นเส้นทางที่เชื่อมแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ผูกโยงกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองในภาพรวม โครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมแบบเดิมจึงไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ ปัญหาเหล่านี้มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ของเมือง ต่อการดำรงชีวิตของคนในเมือง และยิ่งทำให้ศักยภาพและความน่าเชื่อถือของเมืองลดน้อยลง ดังนั้น กรอบแนวคิดและแนวทางการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปด้วย เพื่อรับมือกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและด้านอื่น ๆ ที่มีความไม่แน่นอนสูงและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) ประมวลภาพรวมของประเด็นปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย (2) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการหลักในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว (3) วิเคราะห์ประเด็นความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา และ (4) จัดทำตัวอย่างแผนกลยุทธ์ 5-10 ปีสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา พร้อมตัวอย่างการออกแบบในย่านสำคัญของเมืองท่องเที่ยว

คณะวิจัยได้เลือกกรณีศึกษาพื้นที่เมืองใน 3 จังหวัดที่มีความหลากหลายและความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาและออกแบบเมืองต่างกัน ได้แก่ (1) พื้นที่เมืองภูเก็ตและชายหาดสำคัญเป็นกรณีศึกษาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ (2) พื้นที่เมืองแม่สายและเชียงของในจังหวัดเชียงรายเป็นตัวแทนเมืองท่องเที่ยวชายแดน และ (3) เมืองพัทลุงเป็นตัวแทนเมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยของโครงการวิจัยอื่นในแผนงานเดียวกันนี้ในพื้นที่เมืองเชียงใหม่และลำปาง

ในด้านวิธีการศึกษานั้น คณะผู้วิจัยได้ทดลองแนวคิดและกระบวนการวางแผนแบบฉกัทัศน์และการพัฒนาแบรนด์ของเมือง เพื่อใช้เป็นกรอบในวางยุทธศาสตร์และออกแบบพื้นที่เมืองที่แตกต่างไปจากเดิม ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้น ได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในฐานะข้อมูลทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประชากร เศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงสำรวจในพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อยและการนำเสนองานให้กับตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ข้อค้นพบหลักของงานวิจัยนี้มีดังนี้

1. กักตักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง : เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของไทยติดกับตักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มมูลค่าได้มากจากการท่องเที่ยว ความท้าทายหลักของเมืองท่องเที่ยวที่สรุปได้จากกรณีศึกษามีอยู่ 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่
 - i. ขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวพัฒนาไม่ทันความต้องการ
 - ii. อัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวไม่ได้รับการรักษาหรือเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น
 - iii. ผลประโยชน์กับภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเป็นธรรม
2. อนาคตของเมืองรองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว : เมืองขนาดเล็กจำนวนมากประสบปัญหาจำนวนประชากรมีแนวโน้มคงที่หรือลดลง และฐานเศรษฐกิจไม่มีความหลากหลาย การท่องเที่ยวจึงดูเหมือนจะเป็นทางเลือกสำคัญที่อาจช่วยบรรเทาปัญหาด้านเศรษฐกิจและประชากรของเมืองขนาดเล็กเหล่านี้ได้
3. ข้อจำกัดในการมองอนาคตและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนเมือง : แทบทุกพื้นที่ไม่มีการวางแผนระยะยาวที่มาจากกรณีศึกษาภาพอนาคตของการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน
4. ความท้าทายด้านองค์กรและการสร้างหุ้นส่วนในการบริหารจัดการเมือง : องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการบริหารจัดการเมืองของตนเอง ความท้าทายดังกล่าวผูกโยงกับเรื่องบทบาทของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และบทบาทของภาคเอกชนภายในพื้นที่

ข้อเสนอหลักของงานนี้คือ ความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการพื้นที่เมือง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของโครงสร้างพื้นฐานให้สะดวก สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และทันสมัย พร้อมกับสร้างความยั่งยืนเชิงนิเวศ และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไปจนถึงการรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์เมืองตามบริบทที่เหมาะสม

งานศึกษานี้ยังมีข้อเสนอแนะเชิงกระบวนการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์เมืองท่องเที่ยว (2) การสร้างฉกทัศน์เมืองท่องเที่ยวในอนาคต (3) การพัฒนาแบรนด์ของเมือง (4) การสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมือง และ (5) การออกแบบเมือง

ผลลัพธ์ที่ได้จากการทดลองดำเนินกระบวนการข้างต้น แสดงออกมาเป็นข้อเสนอแนะในเชิงยุทธศาสตร์ระยะกลาง (5-10 ปี) ของแต่ละกรณีศึกษา โดยเน้นหลักการพื้นฐานในการพัฒนา 2 ประการ คือ การออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน และการออกแบบเมืองเพื่อเปลี่ยนภูมิฐานเมืองที่เป็นสินทรัพย์ (assets) ที่มีอยู่แต่เดิม ให้กลายเป็นทุน (capital) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

สำหรับจังหวัดภูเก็ต คณะผู้ศึกษาเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น การพัฒนาและออกแบบชุมชนเมือง และการรักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

สำหรับเมืองแม่สาย ผู้วิจัยแสดงตัวอย่างการเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย การสร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม ส่วนเมืองเชียงของ เสนอให้เชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง อนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ และพัฒนาพื้นที่ใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต ไปพร้อมกับการจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

สำหรับเมืองพัทลุง คณะผู้วิจัยเสนอตัวอย่างการสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน การเสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ มีดังต่อไปนี้

1. ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
2. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
3. ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง
4. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว
5. ยุทธศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม
6. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในระดับย่าน
7. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

Abstract

Tourism is the main economic base of Thailand today, and it is expected to increase its importance in the future in terms of number of tourists, economic value, employment, and impact on the community. No matter how tourist behaviors have changed, cities will continue to be the main strategic area for tourism. But Thailand's tourism policy has mainly emphasized the development of tourist spots and more recently travel routes that connect tourist destinations. But the policy has paid little attention to the overall design and development of the city. Existing infrastructure and activities are not able to support the changing nature of tourism. These problems affect the experience of tourists, the image of the city, and the lives of people living in the city. This in turn undermines the potential and attractiveness of the city for tourism. Therefore, the conceptual framework and guidelines for urban development and design to support tourism have to change in order to deal with tourism and other factors that are highly uncertain and constantly changing.

The objectives of this research are as follows: (1) to review problems in urban design and development related to tourism in Thailand; (2) to review key policies, strategies, and plans for developing tourist cities; (3) to analyze challenges, opportunities, and obstacles in designing and developing leading tourist cities, and (4) to present examples of strategic plans for developing tourist cities with examples of urban design projects in key areas.

The research team selected case studies of urban areas in 3 provinces with various levels of diversity and urgency in designing and developing cities for tourism. These include (1) Urban areas and beaches in Phuket as a case study of a leading tourist city; (2) Mae Sai and Chiang Khong in Chiang Rai Province as case studies of border tourist cities; and (3) Phatthalung as a case study of a small tourist town with potential to develop tourism in the future. The researchers also participated in two other projects in this same research program, which focused on Chiang Mai and Lampang.

In terms of methodology, the research team experimented with new conceptual frameworks and methods for strategic planning and urban design that are different from existing practices. We tested the concepts and processes of scenario planning and city branding. The data

used in the analyses were compiled from secondary sources in various databases, which include information on geography, population, economy, society and tourism. We also obtained primary data from field surveys, interviews, focus-group meetings, and feedback on our presentations from stakeholders in the study areas.

The main findings of this research are as follows:

1. Medium-income tourist trap: Thailand's leading tourist cities are stuck in the middle-income tourist trap, as they cannot increase value from tourism. Their main challenges include:

- 1.1 Carrying capacity: Urban infrastructure and facilities are not developing fast enough to accommodate rapidly growing demand;
- 1.2 Identity: The identities of tourist cities are not well preserved or enhanced; and
- 1.3 Equity: Benefits and burdens arising from tourism are not allocated fairly.

2. The future of small and medium-sized cities depends on tourism. Many small cities in Thailand are facing the problems of stagnating or decreasing population and shrinking economic base with limited diversity. Tourism seems to become an important alternative that may help alleviate the demographic and economic problems of these cities.

3. Limitations with conceptual frameworks and tools used in current urban planning. Almost every case study does not have a long-term plan that is based on a clear analysis of future images of urban development and design for tourism.

4. Organizational challenges and partnerships in urban management. Local administrative organizations face many obstacles and limitations in managing their own cities. Such challenges are tied to the roles of central and regional agencies, as well as the roles of the private sector in the area.

The main proposal of this research project is the following. The future survival and growth of Thailand's tourism industry will depend on the ability to design, develop and manage urban areas. That is, the ability to increase the capacity of urban infrastructure that makes the city convenient, clean, beautiful, safe and technologically up-to-date, while creating ecological

sustainability, improving fair distribution of burdens and benefits, and maintaining and developing the urban identity that is appropriate to the context.

This study also recommends the following process for designing and developing a tourist city. There are 5 steps in such a process: (1) analyze strategic issues; (2) develop future city scenarios; (3) develop a city brand; (4) develop strategic alternatives for urban development; and (5) urban design.

As a result from testing the above process, we provide examples of medium-term (5-10 years) urban development strategies for each case study. We emphasize two basic principles: i.e., sustainable urban design and development, and urban design as a method to transform existing city morphology as an asset into a type of capital that generates income from tourism.

For Phuket, the study team proposes a few examples, including: developing the areas around the proposed light rail stations; revitalizing and redeveloping the old central areas in Phuket, especially the historical areas; developing a connecting area between Phuket Old Town and other areas; and maintaining and upgrading the identity of tourist districts.

For Mae Sai, we propose the following strategies: connecting the border trade areas; creating new types of tourism in Mae Sai; and creating multicultural areas. As for Chiang Khong, the proposed strategies include: connecting all districts by jointly developing the area along the Mekong River; conserving and restoring the areas within Chiang Khong Old Town; and developing new areas to support future tourism while managing parking and public transport facilities.

For Phatthalung City, we propose the following strategies: creating elements and images for tourism at the neighborhood level; enhancing existing urban landscape so it becomes landmarks; creating areas for cultural activities; and creating awareness among tourists passing through the city.

We also suggest the following national strategies:

1. Increase the capacity of local governments in planning for urban development and design in a tourist city;
2. Encourage the private sector to participate in the development of a tourist city;

3. Increase the carrying capacity of infrastructure to support tourism in a city;
4. Promote participation in imaging and determining future pictures of tourist cities;
5. Create a tourist city's identity and brand through a participatory process;
6. Promote the development and design of a tourist city at the neighborhood level; and
7. Promote diffusion of knowledge and skills in developing and designing tourist cities.

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	ก
วัตถุประสงค์.....	ก
วิธีการวิจัย.....	ข
ข้อค้นพบ.....	ข
ข้อเสนอแนะ.....	จ
บทคัดย่อ.....	ท
ABSTRACT.....	ด
สารบัญตาราง.....	ผ
สารบัญแผนภาพ.....	ผ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	4
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	4
แผนการดำเนินโครงการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว.....	9
เมืองในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยว.....	10
การท่องเที่ยวในเมือง.....	11
เมืองท่องเที่ยว.....	14
ประเภทของการท่องเที่ยว.....	16

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง.....	19
หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	21
ภาพลักษณ์และแบรนด์เมืองท่องเที่ยว	25
การพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว.....	33
ปัญหาที่พบในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว.....	40
สรุปท้ายบท	44
บทที่ 3 นโยบายและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวไทย	45
ภาพรวมนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเมือง	45
บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทาย.....	62
สรุปท้ายบท	76
บทที่ 4 กระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว.....	77
บทนำ	77
การวางแผนยุทธศาสตร์แบบฉากทัศน์.....	77
การพัฒนาแบรนด์เมือง.....	88
การออกแบบเมืองท่องเที่ยว.....	93
สรุปท้ายบท	96
บทที่ 5 กรณีศึกษาภูเก็ต.....	97
บทนำ	97
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.....	98
ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดภูเก็ต	111
ภาพรวมของความท้าทายด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ต.....	137
การวิเคราะห์ SWOT เมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยว.....	144
ฉากทัศน์ในการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต	146
ข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น.....	160
ตัวอย่างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่	164

การพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง.....	183
แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง	195
การพัฒนาพื้นที่บริเวณสะพานหิน	204
การพัฒนาพื้นที่หาดกะรน	226
การพัฒนาพื้นที่ชุมเหมือง	243
สรุปและอภิปราย	248
บทที่ 6 กรณีศึกษาเชียงราย	255
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	257
ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสังคม	280
ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของเมืองแม่สาย และเมืองเชียงของ	289
สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองแม่สาย	302
สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเชียงของ.....	307
ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมือง	309
ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมืองเชียงของ	338
สรุปและอภิปราย	382
บทที่ 7 กรณีศึกษาพัทลุง.....	389
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง.....	390
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการทัศนอาจรของนักท่องเที่ยวที่มาพัทลุง.....	395
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดพัทลุง	396
ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง.....	416
การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุงและลำปำ.....	418
สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง	423
ข้อเสนอในการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น	425
แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง	426
แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง	440

สรุปและอภิปราย.....	475
บทที่ 8 สรุปบทเรียนและข้อเสนอแนะ	479
บทนำ	479
ข้อค้นพบ	479
ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพื้นที่กรณีศึกษา.....	488
ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ.....	494
เอกสารอ้างอิง.....	501
ภาคผนวกที่ 1.....	507
แผนที่แสดงการกระจายตัวของอัตราส่วนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด	507
ภาคผนวกที่ 2.....	509
กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์เมือง	509
ภาคผนวกที่ 3.....	525
รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	525
ภูเก็ต.....	525
เชียงราย	530
พัทลุง.....	538
ภาคผนวกที่ 4.....	543
แผ่นสไลด์นำเสนอ วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562.....	543

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3-1 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรในจังหวัดสูงสุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560.....	63
ตารางที่ 3-2 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรเมืองในจังหวัดสูงสุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560	64
ตารางที่ 3-3 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่จังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560	66
ตารางที่ 3-4 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่เมืองในจังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560	67
ตารางที่ 4-1 แนวทางการวางแผนตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ	85
ตารางที่ 5-1 เปรียบเทียบท่าเรือที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต.....	131
ตารางที่ 5-2 เปรียบเทียบชายหาดที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต	135
ตารางที่ 5-3 ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลกระทบและความไม่แน่นอนของปัจจัยขับเคลื่อน.....	146
ตารางที่ 5-4 ตัวอย่างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวภูเก็ต พ.ศ. 2575.....	147

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 3-1 แผนที่เมืองท่องเที่ยวรอง.....	55
แผนภาพที่ 3-2 เส้นทางจักรยานในกรุงเทพมหานคร	61
แผนภาพที่ 4-1 กรวยอนาคต (Futures Cone)	82
แผนภาพที่ 4-2 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ชั้นสาเหตุ.....	84
แผนภาพที่ 5-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตช่วง พ.ศ. 2554-2560	99
แผนภาพที่ 5-2 จำนวนผู้โดยสารขาเข้า ณ สนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2553-2561	100
แผนภาพที่ 5-3 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว	101
แผนภาพที่ 5-4 ตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จังหวัดภูเก็ต	105
แผนภาพที่ 5-5 ภาพแสดงการปรากฏของคำว่า “จิงซีลอน” บริเวณภูเก็ต	107
แผนภาพที่ 5-6 ภาพการสู้รบทำวเทพกระษัตรีและทำวศรีสุนทร ในสงครามเก้าทัพ	108
แผนภาพที่ 5-7 ภาพการเริ่มต้นของสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส และปรับเปลี่ยนเข้าสู่อุตสาหกรรมดิบๆ	109
แผนภาพที่ 5-8 ภาพการเปลี่ยนของหาดป่าตองจาก พ.ศ.2513 และหาดป่าตองในปัจจุบัน	110

แผนภาพที่ 5-9 ตำแหน่งพื้นที่โครงการ จังหวัดภูเก็ต	112
แผนภาพที่ 5-10 การเปลี่ยนแปลงของการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในระยะเวลา 30 ปี	113
แผนภาพที่ 5-11 ภาพการควบคุมความสูงอาคารตาม พรบ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522.....	114
แผนภาพที่ 5-12 ภาพการควบคุมความสูงอาคารตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ.2560.....	115
แผนภาพที่ 5-13 กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดภูเก็ต ฉบับที่ 4 พ.ศ.2558	116
แผนภาพที่ 5-14 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมฯ ในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560	117
แผนภาพที่ 5-15 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2552 จังหวัดภูเก็ต	118
แผนภาพที่ 5-16 เทศบัญญัติเทศบาลเมืองป่าตอง เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างฯ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ.2548.....	119
แผนภาพที่ 5-17 ศักยภาพเข้าถึงจังหวัดภูเก็ตโดยทางบก และทางอากาศ	120
แผนภาพที่ 5-18 โครงข่ายถนน จังหวัดภูเก็ต	122
แผนภาพที่ 5-19 ตำแหน่งท่าอากาศยาน จังหวัดภูเก็ต	123
แผนภาพที่ 5-20 ตำแหน่งท่าเทียบเรือ จังหวัดภูเก็ต.....	124
แผนภาพที่ 5-21 ตำแหน่งโครงข่ายการคมนาคม จังหวัดภูเก็ต	125
แผนภาพที่ 5-22 ศักยภาพการคมนาคมในอนาคต จังหวัดภูเก็ต	126
แผนภาพที่ 5-23 เส้นทางรถโดยสารในเมืองภูเก็ต	128
แผนภาพที่ 5-24 เส้นทางรถโดยสาร และโครงการพัฒนา	129
แผนภาพที่ 5-25 ประสิทธิภาพการเดินทาง ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	133
แผนภาพที่ 5-26 ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต	137
แผนภาพที่ 5-27 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (S.W.O.T.) ในเมืองภูเก็ต	145
แผนภาพที่ 5-28 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”	149
แผนภาพที่ 5-29 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”	150
แผนภาพที่ 5-30 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ดิสโทเปียการท่องเที่ยว”	152
แผนภาพที่ 5-31 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ดิสโทเปียการท่องเที่ยว”	153
แผนภาพที่ 5-32 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ไมอามีแห่งตะวันออก”	155
แผนภาพที่ 5-33 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ไมอามีแห่งตะวันออก”	156

แผนภาพที่ 5-34 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉลากทัศน์ “รีเวียร์แห่งอันดามัน”	158
แผนภาพที่ 5-35 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉลากทัศน์ “รีเวียร์แห่งอันดามัน”	159
แผนภาพที่ 5-36 การปรับเปลี่ยนบทบาทของหาดในจังหวัดภูเก็ต	160
แผนภาพที่ 5-37 กลุ่มคำเมื่อนี้มาถึงจังหวัดภูเก็ต.....	167
แผนภาพที่ 5-38 Position และ DNA แปรนติงของจังหวัดภูเก็ต	167
แผนภาพที่ 5-39 วงเวียนในจังหวัดภูเก็ต.....	169
แผนภาพที่ 5-40 ขอบเขตของเมืองเก่าและพื้นที่เมืองใหม่ในจังหวัด.....	170
แผนภาพที่ 5-41 บทบาทของวงเวียนในเมืองภูเก็ต	171
แผนภาพที่ 5-42 ตำแหน่งอาคาร ศาสนสถาน และร้านอาหารที่สำคัญในเมือง.....	172
แผนภาพที่ 5-43 แนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต	173
แผนภาพที่ 5-44 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต.....	175
แผนภาพที่ 5-45 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ต.....	177
แผนภาพที่ 5-46 ผังแนวคิดการพัฒนาบทบาทของวงเวียนในเมืองภูเก็ต	179
แผนภาพที่ 5-47 ผังการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เส้นทางรถไฟถ้ำใหม่ในเมือง	181
แผนภาพที่ 5-48 ผังการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เส้นทาง Smart Bus ใหม่ในเมืองภูเก็ต	182
แผนภาพที่ 5-49 อาคารและศาสนสถานที่สำคัญในเมืองเก่าภูเก็ต.....	185
แผนภาพที่ 5-50 สตรีทอาร์ทและความสัมพันธ์กับร้านอาหารของเมืองภูเก็ต.....	188
แผนภาพที่ 5-51 ตำแหน่งสตรีทอาร์ทและร้านอาหารในเมืองภูเก็ต.....	189
แผนภาพที่ 5-52 ขนาดแปลงที่ดินและที่ว่างที่ไม่ถูกใช้งาน ในเมืองเก่าภูเก็ต	191
แผนภาพที่ 5-53 หน้าตาอาคารเตี้ยมดูในแต่ละยุคสมัยและโครงสร้างอาคาร	193
แผนภาพที่ 5-54 การเปรียบเทียบการรับรู้องค์ประกอบอาคารเตี้ยมดูในแต่ละยุคสมัย.....	194
แผนภาพที่ 5-55 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่งเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	197
แผนภาพที่ 5-56 ผังรายละเอียดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่งเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	199
แผนภาพที่ 5-57 ภาพทัศนียภาพถนนกลาง และรถไฟรางเบาในพื้นที่เมืองเก่า ก่อนการพัฒนา	200
แผนภาพที่ 5-58 ภาพทัศนียภาพถนนกลาง และรถไฟรางเบาในพื้นที่เมืองเก่า หลังการพัฒนา.....	200
แผนภาพที่ 5-59 ภาพทัศนียภาพถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช ก่อนการพัฒนา.....	201

แผนภาพที่ 5-60 ภาพทัศนียภาพถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช หลังการพัฒนา	201
แผนภาพที่ 5-61 การถอดอัตลักษณ์จากองค์ประกอบของอาคารและลวดลายกระเบื้อง	202
แผนภาพที่ 5-62 องค์ประกอบเมือง เพื่อศิลปวัฒนธรรมและอำนวยความสะดวก ในเมืองภูเก็ต	203
แผนภาพที่ 5-63 เปรียบเทียบอนุสาวรีย์หอยในอดีตและปัจจุบัน	204
แผนภาพที่ 5-64 เปรียบเทียบขนาดของสะพานหิน ภายหลังจากก่อเติม	205
แผนภาพที่ 5-65 อัตลักษณ์ของสะพานหิน	206
แผนภาพที่ 5-66 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 1	209
แผนภาพที่ 5-67 ผังรายละเอียดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 1	211
แผนภาพที่ 5-68 ภาพทัศนียภาพศูนย์การประชุมและลานสันตนาการ บริเวณปลายแหลมสะพานหิน ก่อนการพัฒนา	212
แผนภาพที่ 5-69 ภาพทัศนียภาพศูนย์การประชุมและลานสันตนาการ บริเวณปลายแหลมสะพานหิน หลังการพัฒนา	212
แผนภาพที่ 5-70 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 2	215
แผนภาพที่ 5-71 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 2	217
แผนภาพที่ 5-72 ภาพทัศนียภาพพื้นที่พาณิชยกรรมใหม่ และพื้นที่สาธารณะใหม่ ก่อนการพัฒนา	218
แผนภาพที่ 5-73 ภาพทัศนียภาพพื้นที่พาณิชยกรรมใหม่ และพื้นที่สาธารณะใหม่ หลังการพัฒนา	218
แผนภาพที่ 5-74 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองวิจัยและพัฒนานานาชาติ	221
แผนภาพที่ 5-75 ผังรายละเอียดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองวิจัยและพัฒนานานาชาติ	223
แผนภาพที่ 5-76 ภาพทัศนียภาพคลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา ก่อนการพัฒนา	224
แผนภาพที่ 5-77 ภาพทัศนียภาพคลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา หลังการพัฒนา	224
แผนภาพที่ 5-78 ภาพทัศนียภาพภาพรวมเมืองภูเก็ต หลังการพัฒนา	225
แผนภาพที่ 5-79 เส้นทางรถไฟฟ้า และเส้นทางรถ Phuket Smart Bus บริเวณหาดกะรน	227
แผนภาพที่ 5-80 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมฯ พ.ศ.2560 และเทศบัญญัติ ตำบลกะรน	229
แผนภาพที่ 5-81 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (S.W.O.T.) บริเวณหาดกะรน	231
แผนภาพที่ 5-82 แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน	233

แผนภาพที่ 5-83	ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรนเพื่อเป็นชายหาดสร้างสรรค์	235
แผนภาพที่ 5-84	ผังแสดงการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวบริเวณหาดกะรน	237
แผนภาพที่ 5-85	ผังรายละเอียดการพัฒนาพื้นที่วังเวียนกะรนเพื่อเปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และนิทรรศการ.....	239
แผนภาพที่ 5-86	ภาพทัศนียภาพพื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง ก่อนการพัฒนา	240
แผนภาพที่ 5-87	ภาพทัศนียภาพพื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง หลังการพัฒนา.....	240
แผนภาพที่ 5-88	ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสวนสาธารณะคลองบางลา ก่อนการพัฒนา	241
แผนภาพที่ 5-89	ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสวนสาธารณะคลองบางลา หลังการพัฒนา.....	241
แผนภาพที่ 5-90	ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา ก่อนการพัฒนา	242
แผนภาพที่ 5-91	ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา หลังการพัฒนา	242
แผนภาพที่ 5-92	แนวคิดการพัฒนาและความสำคัญในการพัฒนาบริเวณชุมเมืองเก่า.....	244
แผนภาพที่ 5-93	ผังแนวคิดการฟื้นฟูและพัฒนาบริเวณชุมเมืองเก่าเพื่อเป็นพื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย	245
แผนภาพที่ 5-94	ผังรายละเอียดการฟื้นฟูและพัฒนาบริเวณชุมเมืองเก่าเพื่อเป็นพื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย.....	247
แผนภาพที่ 5-95	รูปตัดพื้นที่บริเวณชุมเมือง ม.ราชภัฏภูเก็ต – พื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย	248
แผนภาพที่ 6-1	แผนที่แสดงตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดเชียงราย	261
แผนภาพที่ 6-2	แผนที่แสดงตำแหน่งพื้นที่โครงการจังหวัดเชียงราย	263
แผนภาพที่ 6-3	ระบบการคมนาคมและการขนส่ง ระดับภูมิภาค.....	264
แผนภาพที่ 6-4	แผนที่แสดงโครงข่ายการคมนาคม จังหวัดเชียงราย.....	265
แผนภาพที่ 6-5	แผนที่แสดงโครงข่ายถนน จังหวัดเชียงราย.....	267
แผนภาพที่ 6-6	แผนที่แสดงศักยภาพการคมนาคมในอนาคต จังหวัดเชียงราย	268
แผนภาพที่ 6-7	ภาพแสดงแนวรถไฟทางคู่ บริเวณชุมชนเชียงของเมืองใหม่ และบริเวณศูนย์เปลี่ยนถ่ายการขนส่ง เชียงของ.....	269
แผนภาพที่ 6-8	แผนที่แสดงตำแหน่งเส้นทางและสถานีรถไฟ จังหวัดเชียงราย.....	270
แผนภาพที่ 6-9	โครงการสนามบินเชียงใหม่แห่งที่ 2.....	271
แผนภาพที่ 6-10	แผนที่แสดงตำแหน่งท่าอากาศยาน จังหวัดเชียงราย	272
แผนภาพที่ 6-11	แผนที่แสดงตำแหน่งท่าเทียบเรือ จังหวัดเชียงราย.....	274
แผนภาพที่ 6-12	แผนที่กลุ่มภาษาใน จังหวัดเชียงราย	275

แผนภาพที่ 6-13 แผนที่ภาษาตระกูลไท.....	277
แผนภาพที่ 6-14 แผนที่ภาษาตระกูลจีน – ทิเบต	278
แผนภาพที่ 6-15 แผนที่ภาษาตระกูลม้ง – เมี่ยน	279
แผนภาพที่ 6-16 ภาพอาณาจักรโยนกเชียงแสนในอดีต.....	280
แผนภาพที่ 6-17 แผนที่เดินทางของ Sir William , การล่าอาณานิคมของอังกฤษ, 2428.....	281
แผนภาพที่ 6-18 Report by Mr. C.E.W. Stringer of a journey to the Laos state of Nān, Siam, 2431282	
แผนภาพที่ 6-19 ภาพการเดินทางของทหารไทยเข้ายึดเมืองเชียงตุง 2485	283
แผนภาพที่ 6-20 เงินโพยก๊วน และด่านพรมแดนแม่สาย	284
แผนภาพที่ 6-21 เจดีย์บรรจุพระเกศา วัดพระแก้ว และวัดหลวง ตามลำดับ, แผนที่เมืองขรรษา ยุคลาว	285
แผนภาพที่ 6-22 ภาพงานพิธีสืบชะตาแม่น้ำโขง บริเวณผาถ่าน, เชียงของ, 2448 , การล่าปลาบึกที่ เชียงของ, 2535	287
แผนภาพที่ 6-23 ตลาดกาดกองแก้ว, 2495, , สะพานมิตรภาพไทย – ลาว 4.....	288
แผนภาพที่ 6-24 ภาพลักษณะเมืองแม่สาย	290
แผนภาพที่ 6-25 ภาพลักษณะเมืองเชียงของ.....	292
แผนภาพที่ 6-26 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทำศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาแม่สาย.....	294
แผนภาพที่ 6-27 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทำศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาเชียงของ.....	297
แผนภาพที่ 6-28 การวิเคราะห์ศักยภาพภาพเมืองแม่สาย	299
แผนภาพที่ 6-29 การวิเคราะห์ศักยภาพภาพเมืองเชียงของ	301
แผนภาพที่ 6-30 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองแม่สาย	304
แผนภาพที่ 6-31 การเปลี่ยนแปลงของเมืองแม่สายและเชียงของ ตามฉากทัศน์ “ประตูสู่ไทย”	305
แผนภาพที่ 6-32 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองเชียงของ	308
แผนภาพที่ 6-33 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย	310
แผนภาพที่ 6-34 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย	310
แผนภาพที่ 6-35 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย	311
แผนภาพที่ 6-36 ฟังแนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย	313
แผนภาพที่ 6-37 ฟังแนวคิดการพัฒนาภายในตัวเมืองแม่สายและดอย	315

แผนภาพที่ 6-38	ผังแนวทางการพัฒนาภายในตัวเมืองแม่สายและดอย.....	317
แผนภาพที่ 6-39	ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว	319
แผนภาพที่ 6-40	ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้า ชายแดน.....	321
แผนภาพที่ 6-41	รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและ การค้า.....	323
แผนภาพที่ 6-42	รูปตัดพื้นที่ดอยเวาและด่านพรมแดนแม่สาย.....	324
แผนภาพที่ 6-43	รูปตัดพื้นที่ริมแม่น้ำสายเพื่อรองรับน้ำและกิจกรรมใหม่ริมน้ำ	324
แผนภาพที่ 6-44	จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผางาม (ภาพก่อน).....	325
แผนภาพที่ 6-45	จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผางาม (ภาพหลัง).....	325
แผนภาพที่ 6-46	ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผางาม (ภาพก่อน).....	326
แผนภาพที่ 6-47	ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผางาม (ภาพหลัง).....	326
แผนภาพที่ 6-48	ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ทำซีเหล็ก (ภาพก่อน).....	327
แผนภาพที่ 6-49	ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ทำซีเหล็ก (ภาพหลัง).....	327
แผนภาพที่ 6-50	ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงาน เทศกาล.....	329
แผนภาพที่ 6-51	รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและเทศกาล	331
แผนภาพที่ 6-52	พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพก่อน).....	332
แผนภาพที่ 6-53	พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพหลัง).....	332
แผนภาพที่ 6-54	พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพก่อน).....	333
แผนภาพที่ 6-55	พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพหลัง).....	333
แผนภาพที่ 6-56	องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม.....	334
แผนภาพที่ 6-57	10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า	334
แผนภาพที่ 6-58	10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า	335
แผนภาพที่ 6-59	10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า	335

แผนภาพที่ 6-60 ป้ายบอกทาง และป้ายร้านค้า.....	336
แผนภาพที่ 6-61 หลังคาตลาดแม่สาย – สายลมจอย.....	336
แผนภาพที่ 6-62 เก้าอี้นั่ง	337
แผนภาพที่ 6-63 ไฟทางคนเดิน – ถนน.....	337
แผนภาพที่ 6-64 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว.....	339
แผนภาพที่ 6-65 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว.....	340
แผนภาพที่ 6-66 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว.....	341
แผนภาพที่ 6-67 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองเชียงของ.....	343
แผนภาพที่ 6-68 ผังแนวคิดการพัฒนาภายในตัวเมืองเก่าเชียงของ.....	345
แผนภาพที่ 6-69 ผังแนวทางการพัฒนาภายในตัวเมืองเก่าเชียงของ	347
แผนภาพที่ 6-70 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว.....	349
แผนภาพที่ 6-71 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและ เทศกาล	351
แผนภาพที่ 6-72 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการ และเทศกาล.....	353
แผนภาพที่ 6-73 ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล (ภาพก่อน)	355
แผนภาพที่ 6-74 ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล (ภาพหลัง).....	355
แผนภาพที่ 6-75 ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ (ภาพก่อน)	356
แผนภาพที่ 6-76 ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ (ภาพหลัง).....	356
แผนภาพที่ 6-77 ท่าเรือบั้งและท่าเรือเชียงของ (ภาพก่อน)	357
แผนภาพที่ 6-78 ท่าเรือบั้งและท่าเรือเชียงของ (ภาพหลัง).....	357
แผนภาพที่ 6-79 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณผาถ่านและวัดหลวง – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว.....	359
แผนภาพที่ 6-80 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณผาถ่านและวัดหลวง – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะ ยาว	361
แผนภาพที่ 6-81 รูปตัดพื้นที่ริมหน้าวัดหลวงและพื้นที่พักผ่อน.....	363
แผนภาพที่ 6-82 ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน (ภาพก่อน)	364

แผนภาพที่ 6-83	ลานกิจกรรมสันหนาคาริมน้ำ บริเวณผาถ่าน (ภาพหลัง).....	364
แผนภาพที่ 6-84	ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง).....	365
แผนภาพที่ 6-85	ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง).....	365
แผนภาพที่ 6-86	ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	367
แผนภาพที่ 6-87	รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	369
แผนภาพที่ 6-88	รูปตัดพื้นที่ริมหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม.....	370
แผนภาพที่ 6-89	ลานริมหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพก่อน).....	371
แผนภาพที่ 6-90	ลานริมหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพหลัง).....	371
แผนภาพที่ 6-91	ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและ สั้น.....	373
แผนภาพที่ 6-92	ผังรายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณหน้าว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาว และสั้น.....	375
แผนภาพที่ 6-93	พื้นที่หน้าว่าการอำเภอเชิงของ (ภาพก่อน).....	376
แผนภาพที่ 6-94	พื้นที่หน้าว่าการอำเภอเชิงของ (ภาพหลัง).....	376
แผนภาพที่ 6-95	เก้าอี้ริมแม่น้ำโขง.....	377
แผนภาพที่ 6-96	หลังคาให้ร่มเงา.....	377
แผนภาพที่ 6-97	ป้ายบอกทางในเมือง.....	378
แผนภาพที่ 6-98	ประติมากรรมริมน้ำ.....	378
แผนภาพที่ 6-99	ไฟทางถนนและคนเดิน.....	379
แผนภาพที่ 6-100	ผังแสดงการควบคุมความสูงอาคาร.....	381
แผนภาพที่ 6-101	แนวทางการควบคุมหน้าตาและสีอาคาร.....	382
แผนภาพที่ 7-1	สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดพัทลุง.....	393
แผนภาพที่ 7-2	วิเคราะห์สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดพัทลุง.....	394
แผนภาพที่ 7-3	ตำแหน่งพื้นที่โครงการ.....	397
แผนภาพที่ 7-4	ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขากทะเลได้ดี.....	398
แผนภาพที่ 7-5	ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขากทะเลได้ดี.....	399

แผนภาพที่ 7-6 ผังเมืองรวมจังหวัดพัทลุง พ.ศ. 2560.....	401
แผนภาพที่ 7-7 กฎกระทรวง บังคับใช้ผังเมืองรวมเมืองพัทลุง พ.ศ. 2549.....	403
แผนภาพที่ 7-8 การคมนาคมและการเดินทาง ระดับภูมิภาค.....	404
แผนภาพที่ 7-9 การคมนาคมทางบก - รถยนต์.....	405
แผนภาพที่ 7-10 การคมนาคมทางบก - รถไฟ.....	407
แผนภาพที่ 7-11 การคมนาคมทางบก.....	408
แผนภาพที่ 7-12 การคมนาคมทางน้ำ.....	409
แผนภาพที่ 7-13 โครงข่ายคมนาคม.....	410
แผนภาพที่ 7-14 โครงข่ายคมนาคม.....	411
แผนภาพที่ 7-15 หลักฐานทางประวัติศาสตร์ยุคก่อนประวัติศาสตร์และชุมชนทางเดินเรือ.....	413
แผนภาพที่ 7-16 ผังเมืองไชยบุรี และขุนคางเหล็ก การเปลี่ยนแปลงที่ตั้งและผู้ปกครองเมือง.....	414
แผนภาพที่ 7-17 ศิลปะหนังตะลุง และการตั้งถิ่นฐานของชาวพัทลุง.....	415
แผนภาพที่ 7-18 ภาพเขากทะเลในปัจจุบัน.....	415
แผนภาพที่ 7-19 ภาพลักษณะของจังหวัดพัทลุง.....	417
แผนภาพที่ 7-20 โครงข่ายคมนาคมในพื้นที่.....	419
แผนภาพที่ 7-21 ตำแหน่งธุรกิจในพื้นที่.....	420
แผนภาพที่ 7-22 การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุง.....	422
แผนภาพที่ 7-23 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองแม่สาย.....	424
แผนภาพที่ 7-24 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดพัทลุง ตามฉากทัศน์ “เมืองต้องรัก – หมุดหมายปลายทาง”.....	425
แผนภาพที่ 7-25 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง.....	427
แผนภาพที่ 7-26 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง.....	428
แผนภาพที่ 7-27 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง.....	428
แผนภาพที่ 7-28 แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ.....	429
แผนภาพที่ 7-29 กรณีสึกษาการพัฒนาพื้นที่รอบภูเขา.....	430
แผนภาพที่ 7-30 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ.....	432
แผนภาพที่ 7-31 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว.....	434

แผนภาพที่ 7-32 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1	436
แผนภาพที่ 7-33 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1	437
แผนภาพที่ 7-34 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 3	438
แผนภาพที่ 7-35 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 4	439
แผนภาพที่ 7-36 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง.....	441
แผนภาพที่ 7-37 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณเขากทะเล - พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง	443
แผนภาพที่ 7-38 ภาพจำลองบริเวณเขากทะเล	444
แผนภาพที่ 7-39 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพก่อน)	445
แผนภาพที่ 7-40 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพหลัง).....	445
แผนภาพที่ 7-41 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณเขากทะเล	447
แผนภาพที่ 7-42 ผังรายละเอียดพื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุง ชมวิวเมือง - พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล	449
แผนภาพที่ 7-43 แคนส์เขากทะเล - พื้นที่ริมคลองเลียบบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพก่อน)	450
แผนภาพที่ 7-44 แคนส์เขากทะเล - พื้นที่ริมคลองเลียบบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพหลัง)	450
แผนภาพที่ 7-45 แคนส์เขากทะเล - พื้นที่ริมคลองเลียบบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพก่อน).....	451
แผนภาพที่ 7-46 แคนส์เขากทะเล - พื้นที่ริมคลองเลียบบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพหลัง).....	451
แผนภาพที่ 7-47 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ	453
แผนภาพที่ 7-48 ผังรายละเอียดพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธรูปรัตนฯ - พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง	455
แผนภาพที่ 7-49 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธรูปรัตนฯ (ภาพก่อน).....	457
แผนภาพที่ 7-50 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธรูปรัตนฯ (ภาพหลัง).....	457
แผนภาพที่ 7-51 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธรูปรัตนฯ	459
แผนภาพที่ 7-52 ผังแนวคิดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำ	461
แผนภาพที่ 7-53 ตำแหน่งสถานที่สำคัญในแผนที่ ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ - พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรม และชุมชนริมคลอง	462
แผนภาพที่ 7-54 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ - พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง	463

แผนภาพที่ 7-55 พื้นที่บริเวณคลองลำป่า – วัดวัง – ศูนย์ชุมชน (ภาพก่อน).....	465
แผนภาพที่ 7-56 พื้นที่บริเวณคลองลำป่า – วัดวัง - ศูนย์ชุมชน (ภาพหลัง).....	465
แผนภาพที่ 7-57 รายละเอียดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำป่า – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริม	467
แผนภาพที่ 7-58 ภาพทัศนียภาพพื้นที่เกษตรโดยรอบเมืองพัทลุง – พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชาวพัทลุง.....	468
แผนภาพที่ 7-59 ภาพการแสดงอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง.....	469
แผนภาพที่ 7-60 การออกแบบองค์ประกอบเมืองทางด้านศิลปะ	470
แผนภาพที่ 7-61 การออกแบบองค์ประกอบเมืองด้านสิ่งแวดล้อม.....	471
แผนภาพที่ 7-62 การพัฒนาประตูเมืองพัทลุงบริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41.....	472
แผนภาพที่ 7-63 ชุดสีและลวดลายจากอัตลักษณ์ของหนังตะลุง.....	472
แผนภาพที่ 7-64 รูปตัดพื้นที่บริเวณคลองหลาและคลองท่าโพธิ์.....	473
แผนภาพที่ 7-65 ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา (ภาพก่อน).....	474
แผนภาพที่ 7-66 ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา (ภาพหลัง)	474

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยมาแล้วหลายทศวรรษ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ตัวเลขสถานการณ์ท่องเที่ยว พ.ศ. 2560 ซึ่งรวบรวมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมใน พ.ศ. 2560 จำนวน 34,331,185 คน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2559 ร้อยละ 8.51 สร้างรายได้กว่า 1,764,957 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.04 ส่วนนักท่องเที่ยวไทยมีจำนวน 152 ล้านคน/ครั้ง (1 คนเที่ยวได้มากกว่า 1 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.39 สร้างรายได้กว่า 930,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.93 (สถิติถึงวันที่ 23 ธันวาคม 2560) โดยคาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2561 รายได้รวมจากการท่องเที่ยวจะสูงถึง 3 ล้านล้านบาท จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.44 และจากนักท่องเที่ยวไทย 1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16¹

เป็นที่ค่อนข้างแน่นอนว่า การท่องเที่ยวจะยังคงมีความสำคัญสำหรับประเทศไทยไปอีกระยะหนึ่งในอนาคต ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน รวมไปถึงผลกระทบต่อเมืองและชุมชน จากที่ประชากรโลกมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นต่อไป และชนชั้นกลางมีรายได้เหลือสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น อีกทั้งการขยายเครือข่ายของสายการบินราคาถูกและการลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบในการเดินทาง เช่น การยกเว้นวีซ่า ยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น จึงคาดการณ์ได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นต่อไปอีก โดยเฉพาะจากประเทศจีน อินเดียและประเทศอื่นในเอเชีย ทั้งนี้ คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทั้งหมดมากกว่า 50 ล้านคนต่อปีภายในเวลาอีก 10 ข้างหน้า

ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็ได้เปลี่ยนแปลงไปมากในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปยังพื้นที่ใหม่ ทั้งป่าเขาลำเนาไพร และในชุมชนและแหล่งที่อยู่อาศัยทั่วไปที่ดูเหมือนไม่มีแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอะไร อีกทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็มีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มทัวร์อาจยังคงมีมากอยู่ แต่การท่องเที่ยวด้วยตนเองและการท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ก็เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งแผนที่และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ยิ่งทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างกว่าแหล่งและเส้นทางท่องเที่ยวที่เคยมีมาแต่เดิม จึงทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างกว่าเดิมและเกิดขึ้นได้แทบทุกพื้นที่ トラาปใดที่มีความสะดวก สะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

¹ รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว 2560. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=397

กระนั้นก็ตาม ไม่ว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปอย่างไร พื้นที่เมืองก็ยังคงเป็นฐานรองรับและจุดเปลี่ยนถ่ายการเดินทาง เป็นที่พักแรมและพักผ่อน เป็นที่จับจ่ายซื้อของ รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่เสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอเรื่อยมา การขยายพื้นที่ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในชนบทและธรรมชาติ ยิ่งทำให้บทบาทของเมืองเพิ่มมากขึ้นในฐานะศูนย์กลางเครือข่ายการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เมืองจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หลักในการรับปริมาณและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ในขณะเดียวกัน ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมก็เกิดขึ้นในพื้นที่เมือง ทั้งการจราจรติดขัด ขยะมูลฝอยน้ำเสีย และการใช้ประโยชน์ที่ดินที่บุกรุกและทำลายระบบนิเวศธรรมชาติ เป็นต้น สภาพปัญหาเหล่านี้นอกจากจะทำให้เมืองไม่น่าอยู่แล้ว ยังทำให้ศักยภาพและความน่าเที่ยวของเมืองลดน้อยลงไปด้วย

นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ แม้ว่าช่วงหลังเริ่มเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเป็นเส้นทางท่องเที่ยวบ้าง แต่นโยบายการท่องเที่ยวโดยมากไม่ได้ผูกโยงกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองในภาพรวม อีกทั้งยังไม่ได้วางแผนโครงสร้างพื้นฐานของเมืองให้รองรับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้าน ประชากร เศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วได้ โครงสร้างพื้นฐานเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบันในประเทศไทยจึงไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับ ทั้งปัญหาการติด การขาดแคลนน้ำ ขยะและน้ำเสีย และอุบัติเหตุจากการจราจร ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและภาระด้านโครงสร้างพื้นฐานจึงเพิ่มอย่างทวีคูณขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว

ขณะเดียวกัน แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวไม่ไปพร้อมกับการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่สำหรับชุมชนและผู้อยู่อาศัยในเมือง จึงเกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับการกระจายผลประโยชน์ ภาระและผลกระทบที่แท้จริงของการที่ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวไปทั่วประเทศ พร้อมกันนี้ ปัญหาความแออัดและมลพิษที่เกิดขึ้นในเมืองก็ทำให้เมืองไม่น่าอยู่ ไม่น่าเที่ยว ส่งผลต่อประสบการณ์และความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองนั้น ๆ ปัญหาเมืองเหล่านี้มีผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ของเมือง และต่อการดำรงชีวิตของคนในเมืองเอง โดยยิ่งทำให้ศักยภาพและความน่าเที่ยวของเมืองลดน้อยลง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคตให้มีมูลค่าสูงขึ้นและเกิดประโยชน์ให้กับผู้คนในพื้นที่ได้จริงนั้น จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการพื้นที่เมือง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของโครงสร้างพื้นฐานในเมืองให้สะดวก สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และทันสมัย ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยไปพร้อมกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ นโยบายและแผนการพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยว โดยให้ครอบคลุมพื้นที่ให้กว้างขึ้นเป็นระดับย่านและระดับเมือง มากกว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ เหมือนเดิม ในขณะเดียวกัน แนวความคิดและกระบวนการทางผังเมืองที่ผ่านมา อาจยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควรกับการท่องเที่ยว แนวทางการออกแบบ

และพัฒนาพื้นที่เมืองในอนาคตจึงควรปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถรองรับขนาดและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เพื่อสร้างรายได้ มีความเป็นธรรมและความยั่งยืน ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระดับเมืองและย่าน ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน และด้านการออกแบบพื้นที่สาธารณะ

งานวิจัยและงานวางแผนในประเทศไทยที่ผ่านมาอาจได้วิเคราะห์ประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาและออกแบบเมืองกับการท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่อาจยังไม่ค่อยชัดเจนนัก จึงสมควรให้ทีมงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีเป้าหมายในการสร้างองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาและออกแบบเมือง เพื่อสร้างเสริมศักยภาพของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 1) ประมวลภาพรวมของประเด็นปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 2) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการหลักในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
- 3) วิเคราะห์ประเด็นความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา
- 4) จัดทำตัวอย่างแผนกลยุทธ์ 5-10 ปีสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา พร้อมตัวอย่างการออกแบบในย่านสำคัญของเมืองท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเชิงเนื้อหา

เนื้อหาหลักในผลผลิตของโครงการนี้คือแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาพื้นที่เมืองท่องเที่ยว (strategic spatial plan) ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่และผังโครงสร้าง (structure plan) ที่แสดงแนวทางการพัฒนาเมืองในระดับยุทธศาสตร์ เพื่อตอบรับกับประเด็นปัญหาและความท้าทายด้านการท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เนื้อหาในแผนและผังดังกล่าวประกอบด้วยประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ ทางเลือกในการพัฒนา กรอบนโยบาย เครื่องมือและมาตรการที่ใช้ในการพัฒนา โดยยกตัวอย่างประเด็นและแนวทางการแก้ไขในแต่ละพื้นที่ เมื่อได้แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาพื้นที่เมืองท่องเที่ยวแล้ว จะนำเสนอแนวคิดการพัฒนาผังโครงการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองในระดับย่าน (urban renewal and development project plan) ซึ่งประกอบด้วยผังแนวคิด (conceptual plan) ตัวอย่างโครงการพัฒนาหรือฟื้นฟูเมือง ตัวอย่างแบบร่างโครงการ ตัวอย่างแนวทางการออกแบบ (design guidelines) รวมถึงมาตรการชี้แนะและควบคุมการออกแบบและพัฒนา ย่าน

ดังนั้น ผลผลิตหลักของโครงการนี้จึงไม่ใช่เป็นแผนแม่บท (master plan) ในการพัฒนาเมือง ซึ่งต้องมีความครอบคลุมและละเอียดมากกว่านี้ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำกรอบแนวคิดและตัวอย่างจากโครงการนี้ไปพัฒนาเป็นแผนแม่บทต่อไปได้ เนื้อหาในงานนี้ไม่ครอบคลุมถึงแนวทางการบริหารจัดการ รูปแบบองค์กร และแผนปฏิบัติการ

ขอบเขตเชิงพื้นที่

ขอบเขตพื้นที่ของตัวอย่างของแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวในงานนี้ คือพื้นที่เมืองและพื้นที่ต่อเนื่องในจังหวัดกรณีศึกษา 3 จังหวัด ได้แก่ พื้นที่เมืองและชายหาดสำคัญในจังหวัดภูเก็ต เมืองแม่สายและเมืองเชียงของในจังหวัดเชียงราย และเมืองพัทลุง อย่างไรก็ตาม ขอบเขตพื้นที่ในการวิเคราะห์ย่อมกว้างกว่านั้น โดยเชื่อมโยงถึงองค์ประกอบระดับภูมิภาค ระดับประเทศและระดับระหว่างประเทศด้วย

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดหลักที่ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ประเมินและนำเสนอแนวทางในการออกแบบและพัฒนาพื้นที่เมืองในงานศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเน้นแนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ความยั่งยืนที่ว่านี้ไม่ได้จำกัดเพียงในด้านความต่อเนื่องของการจ้างงาน การประกอบธุรกิจและการสร้างรายได้ของคนในพื้นที่ แต่รวมไปถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ และความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรและกระบวนการในการตัดสินใจ

ส่วนที่ 2 เป็นกรอบแนวคิดในการวางแผน จะยึดแนวทางการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยข้อเสนอเชิงโครงสร้างที่มุ่งแก้ไขปัญหาในระดับรากฐานที่ยากกว่า ใช้เวลานาน และงบประมาณสูงในการดำเนินงาน และข้อเสนอการพัฒนาเมืองเชิงยุทธวิธี (tactical urbanism) ที่เน้นการดำเนินงานระยะสั้นแต่หวังผลระยะยาว ในงานนี้ คณะผู้วิจัยได้ทดลองใช้วิธีการวางแผนแบบฉากทัศน์ (scenario planning) ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์ (strategic foresight)

ส่วนที่ 3 เป็นแนวคิดการสร้างแบรนด์ของเมือง (city branding) โดยนำมาใช้เป็นกรอบในการยกตัวอย่างแนวทางการพัฒนาและออกแบบพื้นที่เมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พร้อมเป็นตัวอย่างโครงการออกแบบองค์ประกอบเมืองอื่น ๆ ในแต่ละกรณีศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

- 1) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการหลัก และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย

- 2) เลือกเมืองกรณีศึกษา – ผู้ศึกษาได้เลือกเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทยจาก 8 กลุ่มคลัสเตอร์ ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยเลือกเมืองตัวแทนของคลัสเตอร์ที่มีความหลากหลายและความจำเป็นเร่งด่วนของประเด็นท้าทายในด้านการออกแบบและพัฒนาเมือง รวมถึงเมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคณะทำงานได้เลือกเมือง ดังนี้
 - เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน : เมืองภูเก็ตและพื้นที่ชายหาดสำคัญในจังหวัดภูเก็ต
 - เขตการท่องเที่ยวชายแดน : พื้นที่เมืองแม่สายและเมืองเชียงของในจังหวัดเชียงราย
 - เมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต : เมืองพัทลุง
- 3) วิเคราะห์ปัญหา ความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา
 - ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ และงานศึกษาที่ผ่านมา
 - วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว สังคม สิ่งแวดล้อม
 - กำหนดประเด็นความท้าทายหลักของการพัฒนาพื้นที่เมืองท่องเที่ยว
 - ระบุขอบเขตเชิงพื้นที่ของประเด็นความท้าทาย (บางประเด็นครอบคลุมทั้งเมือง บางประเด็นครอบคลุมเฉพาะพื้นที่ระดับย่าน)
 - วิเคราะห์และสังเคราะห์ปัญหาและสาเหตุในด้านกายภาพ
 - ทบทวนตัวอย่างความสำเร็จในการจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 4) สัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงานและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา เพื่อระบุประเด็นความท้าทายในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
- 5) สำรวจพื้นที่ศึกษา
 - สัมภาษณ์และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่
 - ลงสำรวจภาคสนาม
- 6) ร่างแนวทางการพัฒนาและการออกแบบเมืองท่องเที่ยว
 - แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วยกรอบนโยบาย ผังโครงสร้างระดับเมือง แผนยุทธวิธี เครื่องมือและมาตรการ และตัวอย่างโครงการ
 - ผังโครงการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองในระดับย่าน ประกอบด้วยผังแนวคิด ตัวอย่างโครงการตัวอย่างการออกแบบ เครื่องมือและมาตรการ และแนวทางการออกแบบ
- 7) นำเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์ ผังแนวคิด และตัวอย่างการออกแบบเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

แผนการดำเนินโครงการวิจัย

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 1-2	ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการหลัก และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย ประชุมร่วมกับแผนงานหลัก ลงพื้นที่สำรวจเมืองกรณีศึกษา วิเคราะห์ประเด็นปัญหา ความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา สัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงานและผู้นำในพื้นที่ศึกษา จัดทำรายงานความก้าวหน้า	บทสรุปนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงานที่เกี่ยวข้อง บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทายในการพัฒนาเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งภาพรวมในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับเมือง
เดือน 3-6	ประชุมร่วมกับแผนงานหลัก ลงพื้นที่สำรวจเมืองกรณีศึกษา วิเคราะห์ประเด็นปัญหา ความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา สัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงานและผู้นำในพื้นที่ศึกษา จัดทำรายงานความก้าวหน้า	บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทายในการพัฒนาเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระดับจังหวัดและระดับเมืองของพื้นที่กรณีศึกษา
เดือน 7-12	จัดทำร่างแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวนำเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์ ผังแนวคิด และตัวอย่าง การออกแบบ ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์	แผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ตัวอย่างผังแนวคิด ตัวอย่างแนวทางการออกแบบ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานในกิจกรรมดังต่อไปนี้

- 1) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการหลัก และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งเน้นการทบทวนเอกสารและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง
- 2) ประชุมร่วมกับแผนงานหลักและคณะผู้วิจัยในโครงการย่อยอื่น ๆ เพื่อหารือและเตรียมการดำเนินการวิจัย ที่สำนักงานมูลนิธิการศึกษา นโยบายสาธารณะ เชียงใหม่ ในวันที่ 3-4 มีนาคม พ.ศ. 2561 ผลลัพธ์ที่ได้คือ แผนงานของกิจกรรมย่อยที่จะดำเนินการในแต่ละพื้นที่

- 3) ลงพื้นที่สำรวจเมืองกรณีศึกษา เพื่อแนะนำโครงการ และสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงาน และผู้นำในพื้นที่ศึกษา พร้อมสำรวจพื้นที่ในเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ความท้าทาย โอกาส และอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา ตามกำหนดการดังนี้
- จังหวัดสงขลาและพัทลุง วันที่ 3-4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 และวันที่ 21-27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยได้นำเสนอแนะนำโครงการให้กับผู้นำในจังหวัด นับตั้งแต่รองผู้ว่าราชการจังหวัดพัทลุง ตัวแทนองค์การบริหารส่วนจังหวัด และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง นอกจากนี้ยังได้ลงสำรวจพื้นที่เมืองพัทลุงและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพัทลุงและสงขลา
 - จังหวัดเชียงราย วันที่ 20-27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยได้เข้านำเสนอแนะนำโครงการกับผู้นำในท้องถิ่น ทั้งนายกเทศมนตรีของเทศบาลตำบลแม่สาย นายอำเภอเชียงของ และตัวแทนนักธุรกิจด้านการโรงแรมและการค้าในเขตชายแดนของจังหวัดเชียงราย รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่อำเภอแม่สาย เชียงของ และเชียงแสน
 - จังหวัดภูเก็ต วันที่ 26-29 เมษายน พ.ศ. 2561 และวันที่ 30 เมษายน – วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 โดยได้เข้าพบกับตัวแทนของบริษัทภูเก็ตพัฒนาเมือง ตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการโรงแรม การท่องเที่ยวและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะผู้วิจัยยังได้ลงสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์และนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่
- 4) คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาเพิ่มเติม จากการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ จากนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดเตรียมการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นความท้าทาย และข้อเสนอเบื้องต้นในการออกแบบและพัฒนาเมืองในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด แล้วจึงจัดประชุมกลุ่มย่อยในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำเสนองานที่ได้เตรียมไว้ ไปพร้อมกับการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานในขั้นต่อไป ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยก็ได้ลงไปสำรวจพื้นที่กรณีศึกษาเพิ่มเติมไปพร้อมกันอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมและติดตามข้อมูลในประเด็นที่ได้วิเคราะห์มาแล้วเบื้องต้น การนำเสนองานและการสำรวจเพิ่มเติมครั้งที่ 2 เป็นไปตามกำหนดการดังนี้
- จังหวัดเชียงราย - ในวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อเสนอเบื้องต้นที่แม่สาย และในวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ที่เชียงของ และสำรวจภาคสนามเพิ่มเติมในสองพื้นที่
 - จังหวัดพัทลุง - วันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อเสนอเบื้องต้นที่ศาลากลางจังหวัดพัทลุง และสำรวจพื้นที่เพิ่มเติม
 - จังหวัดภูเก็ต - วันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ให้กับตัวแทนในจังหวัด และสำรวจพื้นที่เพิ่มเติม

- 5) จัดทำแผนยุทธศาสตร์ 5-10 ปีสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ พร้อมตัวอย่างการออกแบบในย่านสำคัญของเมืองท่องเที่ยว 3 แห่ง ประกอบด้วย ร่างแผนยุทธศาสตร์ ร่างผังแนวคิดสำหรับการพัฒนาย่าน ตัวอย่างการออกแบบ และรายงานฉบับสมบูรณ์
- การนำเสนอผลการวิจัยในพื้นที่ศึกษา
- จังหวัดภูเก็ต - วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ
 - จังหวัดพัทลุง - วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ
 - จังหวัดเชียงราย - ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแผนยุทธศาสตร์ แผนยุทธวิธี ผังแนวคิด และตัวอย่างการออกแบบที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาเมืองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวต่อไปได้
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกันในกระบวนการศึกษาที่นำไปสู่การวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมือง

บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว

การขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและยกระดับรายได้ของผู้ประกอบการและประชาชนในหลายจังหวัดของประเทศแล้ว ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินไปทั่วประเทศ ทั้งในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบทไปจนถึงพื้นที่ป่าไม้และพื้นที่สูง พื้นที่จำนวนมากได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นักทัศนจรและผู้เยี่ยมเยือนในขนาดและรูปแบบที่หลากหลาย การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้กลายเป็นฐานเศรษฐกิจของเมืองและชุมชนจำนวนมากทั่วประเทศ อาจกล่าวได้ว่า นอกเหนือจากกิจกรรมการผลิตทางอุตสาหกรรมแล้ว การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงทั้งโครงสร้างและโฉมหน้าของเมืองในประเทศไทยไปมากที่สุดในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา

พร้อมเดียวกันนี้ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมากและอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวก็ทำให้เกิดปัญหาและความท้าทายหลายอย่าง นับตั้งแต่ความแออัดยัดเยียดของนักท่องเที่ยวที่มามากเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ทั้งปัญหาความไร้ระเบียบของร้านค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาขยะมูลฝอย ไปจนถึงปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งกลายเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมสำหรับผู้คนในท้องถิ่น ในภาพรวม ปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดการวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมและทัน่วงที รวมถึงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกสาเหตุหนึ่งอยู่ที่แนวคิดและแนวทางการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว กล่าวคือ การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผ่านมา มุ่งเน้นแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ หรืออย่างมากก็เป็นการพัฒนาเส้นทางที่การเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกัน แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวเหล่านี้มักหลุดลอยจากการพัฒนาเมืองหรือการพัฒนาเชิงพื้นที่ในภาพรวม การท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเมืองเกือบทั้งหมดของประเทศไทยจึงตกอยู่ในสภาวะสุ่มเสี่ยงต่อการถูกบั่นทอนคุณภาพของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเอง และอาจก่อให้เกิดปัญหาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตามมา โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวหลักที่การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็วด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีน และกระแสการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นภายในประเทศของคนไทยเอง

การวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจทั้งในความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ รวมถึงการคำนึงถึงปัจจัยและบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื้อหาในบทนี้ทบทวนแนวคิดพื้นฐานบางประการที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และวางแผนยุทธศาสตร์ในพื้นที่กรณีศึกษาต่อไป

เมืองในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจภาคบริการที่มีลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ความยึดติดกับพื้นที่” (spatial fixity) ผู้จัดหาสินค้าและบริการท่องเที่ยวจึงต้องจัดทำให้บริโภค ณ สถานที่ใดที่หนึ่งโดยเฉพาะ กล่าวได้ว่าสิ่งนี้นักท่องเที่ยวบริโภคก็คือสถานที่ที่สินค้าและบริการท่องเที่ยวตั้งอยู่นั่นเอง² พื้นที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในแง่ของฐานการผลิตการท่องเที่ยวและฐานการบริโภคของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

การวิจัยด้านการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่เริ่มต้นประมาณช่วง ค.ศ. 1945 โดยใช้ทฤษฎี แนวคิดและเครื่องมือด้านภูมิศาสตร์เป็นแกนหลักในการศึกษา จนกระทั่งในช่วงทศวรรษ 1990 การศึกษาการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่เริ่มเกิดขึ้น เช่น ภูมิศาสตร์พฤติกรรม ภูมิศาสตร์มนุษย์นิยม ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม พัฒนาการดังกล่าวสะท้อนถึงมุมมองต่อการท่องเที่ยวในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับผู้คน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับพื้นที่มากขึ้น³ งานวิจัยบุกเบิกในแนวนี้คือแบบจำลองพัฒนาการของพื้นที่ท่องเที่ยวของ ริชาร์ด บัทเลอร์ (Richard Butler) ซึ่งเสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีพัฒนาการเหมือนกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (product life cycle) ซึ่งมี 6 ขั้นตอนได้แก่ (1) การสำรวจ (2) การเริ่มเข้ามามีส่วนในการจัดทาส่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเต็มรูปแบบ (4) การท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจของสถานที่นั้น (5) การชะลอตัวของการท่องเที่ยว และสุดท้าย (6) การเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยว หรือในทางตรงกันข้ามอาจมีการปรับโฉมเพื่อนำเสนอสิ่งใหม่แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใหม่⁴ นักวิจัยจำนวนมากได้ทดสอบและพิสูจน์แบบจำลองตามแนวคิดนี้ในบริบทของพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งทั่วโลกเรื่อยมา ข้อวิพากษ์สำคัญต่อแนวคิดดังกล่าวคือ แบบจำลองนี้ใช้ได้เฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักในเชิงอุตสาหกรรม แต่มีข้อจำกัดในการปรับใช้กับการท่องเที่ยวทางเลือก⁵

อีกแนวคิดหนึ่งที่วิเคราะห์การท่องเที่ยวในฐานะปรากฏการณ์สังคมคือแนวคิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว (touristization) ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาและความเป็นสมัยใหม่ของสังคมเช่นเดียวกับกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรม (industrialization) และกระบวนการเป็นเมือง (urbanization) ตามแนวคิดของ บรูซ ยัง (Bruce Young) ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourists) ทำให้เกิดพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะหรือที่เรียกว่า touristscape โดยเปลี่ยนแปลงสภาพทางกายภาพ ทั้งการเกิดขึ้นของสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ภัตตาคาร

² Urry (2002) อ้างถึงในชูศักดิ์ วิทยาภักดิ์ (2554)

³ ชูศักดิ์ วิทยาภักดิ์ (2554)

⁴ Butler (1980)

⁵ ชูศักดิ์ วิทยาภักดิ์ (2554)

และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น⁶ ในหลายกรณี สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นสิ่งแปลกปลอมหรือขัดตา บางพื้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ จากที่เคยสงบเงียบกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวท่ามกลางวงล้อมของกิจกรรมการเกษตรในชนบท (tourist enclave) ส่วนในกรณีเมืองประวัติศาสตร์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเกินไปก่อให้เกิดการลงทุนในสิ่งก่อสร้างในเมืองเก่าที่เกินจำเป็นและมีผลกระทบต่อสภาพโดยรอบที่สัมพันธ์กับคุณค่าทางวัฒนธรรมของเมือง⁷

อีกแนวคิดในกลุ่มทฤษฎีแนววิพากษ์ (critical theory) วิเคราะห์การท่องเที่ยวจากมุมมองแนวคิดพื้นที่การท่องเที่ยว (space of tourism) โดยถือให้พื้นที่การท่องเที่ยวเป็นได้ทั้งอาณาบริเวณแห่งการเคลื่อนที่ เป็นจุดหมายปลายทาง เป็นประสบการณ์ เป็นความทรงจำ และเป็นภาพแทน (representation) ยิ่งไปกว่านั้น พื้นที่การท่องเที่ยวยังอาจเป็นอาณาบริเวณแห่งความปรารถนา จิตนาการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่แห่งการปลดปล่อย การจัดระเบียบใหม่ และเป็นพื้นที่แห่งความมีมนต์เสน่ห์และน่าหลงใหล ทั้งนี้ แต่ละพื้นที่ล้วนมีค่านิยมของสังคมเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ในอีกแง่หนึ่งพื้นที่ท่องเที่ยวยังทำหน้าที่เป็น “โลกอันน่าพิศวงให้นักท่องเที่ยวได้แสวงหาเรียนรู้” เป็นพื้นที่ที่ก่อให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า โดยตัวพื้นที่นั่นเองก็กลายเป็นสินค้าไปด้วย และยังทำหน้าที่เป็นเวทีพบปะระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ประกอบสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของบุคคลด้วย⁸

โดยสรุป พื้นที่ท่องเที่ยวเป็นผลผลิตจากปรากฏการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการพัฒนา เช่นเดียวกับกระบวนการเป็นเมืองและกระบวนการเข้าสู่อุตสาหกรรม ในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวก็เป็นตัวเร่งให้เกิดกระบวนการกลายเป็นเมืองเพื่อสร้างพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะและได้รับการพัฒนาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวในที่สุด พื้นที่การท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นใหม่นี้มีความหมายทั้งในเชิงการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และความหมายในเชิงการบริโภคในฐานะเป็นพื้นที่สร้างอัตลักษณ์ตัวตน รวมถึงการเป็นเวทีพบปะและปะทะสังสรรค์ระหว่างผู้คนจากวัฒนธรรมต่าง ๆ

การท่องเที่ยวในเมือง

การท่องเที่ยวในเมือง (urban tourism) มีประวัติศาสตร์มานาน นับตั้งแต่การเดินทางท่องเที่ยวในทวีปยุโรปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่งดงามในตัวเมืองของประเทศต่าง ๆ ควบคู่กับการศึกษาหาความรู้ จนกระทั่งในช่วงต่อมาได้พัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ในด้านกิจกรรมตามความสนใจ

⁶ Young (1983)

⁷ ยงธนทร์ พิมลเสถียร (2556)

⁸ Wearing et al. (2010)

(special interest) ในสถานที่จำเพาะ (place-specific)⁹ จากการที่คนรุ่นใหม่ทำงานในเมือง แต่มีเวลาจำกัด ไม่สามารถท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางไกลได้ จึงจำเป็นต้องเที่ยวชมตัวเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น มีที่พักและการคมนาคมสะดวกสบาย การมีวัฒนธรรมของสังคมเมืองที่หลากหลาย รวมถึงการมีแหล่งบันเทิงที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนหนุ่มสาว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน การช้อปปิ้ง เป็นต้น¹⁰

ในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เมืองหลายแห่งในทวีปอเมริกาเหนือเริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมือง โดยเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจเมืองในยุคหลังอุตสาหกรรม (post-industrial city) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของความพยายามในการฟื้นฟูเมืองด้วยการดึงดูดอุตสาหกรรมใหม่ ผู้อยู่อาศัยใหม่ และผู้มาเยือนให้เข้ามาในพื้นที่เมืองเดิมที่เสริมโทรมลงหลังจากอุตสาหกรรมเก่าได้ย้ายออกไปเมืองอื่น และผู้อยู่อาศัยเดิมได้ย้ายออกไปยังพื้นที่ชานเมือง ด้วยฐานภาษีที่ลดลงหลังจากที่ธุรกิจและผู้อยู่อาศัยย้ายออกจากเมือง ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นต้องหาทางเลือกในการสร้างฐานเศรษฐกิจขึ้นมาใหม่ การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งของยุทธศาสตร์การฟื้นฟูเศรษฐกิจนั้น กลยุทธ์สำคัญในแนวคิดนี้คือการฟื้นฟูและจัดการพื้นที่เมืองให้น่าดึงดูดใจสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมบริการที่เกี่ยวข้องจากเดิมที่เป็นเมืองที่เน้นเพียงการอยู่อาศัยและทำงานเท่านั้น¹¹

จุดหมายของการท่องเที่ยวในเขตเมืองมีหลากหลาย นับตั้งแต่อาคารสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือมีความสัมพันธ์กับตำนานเมือง รวมถึงพื้นที่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณตัวเมือง โดยเฉพาะในระดับมหานคร ซึ่งอาจรวมสถานที่ที่จับจ่ายใช้สอยหรือมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกรวมอยู่และนักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้ตนเอง เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ พื้นที่รอบคูเมืองเชียงใหม่ ชุมชนชาวจีนในเยาวราช ฯลฯ แม้แต่สถานที่สำคัญทางศาสนาในพื้นที่เมือง หรืออาจเป็นสิ่งก่อสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งศูนย์การค้า ตลาดน้ำ สระน้ำ สวนสาธารณะ สถานบันเทิง ท่าจอดเรือ สนามกีฬา¹² รวมไปถึงกิจกรรมถนนคนเดิน ซึ่งจัดขึ้นทั่วไปในหลายเมืองของประเทศไทย

โดยพื้นฐานแล้ว การท่องเที่ยวในเมืองขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สร้างความหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือกิจกรรมที่

⁹ Ashworth (2011)

¹⁰ บุญยสฤษฎี อเนกสุข (2557) และ Hayllar et al. (2008)

¹¹ Cooper (2008)

¹² Hayllar et al. (2008) และ Kelly (2008)

สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่¹³ ยิ่งในช่วงหลัง การท่องเที่ยวแบบเน้นประสบการณ์ (experiential tourism) ได้รับความนิยมมากขึ้น พื้นที่เมืองที่มีความหลากหลายด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอยู่แล้ว จึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวโดยปริยาย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองจึงไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมชมวัดวาอาราม และการชื่นชมสถาปัตยกรรม แต่รวมไปถึงการท่องเที่ยวแบบกินชิมอาหาร การจ่ายตลาด ไปจนถึงการเยี่ยมชมสถาบันการศึกษา ดังในกรณีที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก กรณีสุดโต่งหนึ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ คือ การเปลี่ยนชุมชนแออัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวสลัม (slum tourism)¹⁴ เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ มีใช้เพียงพิพิธภัณฑ์หรือสวนสนุกที่แยกออกมาจากชีวิตของคนทั่วไปในโลกแห่งความเป็นจริง

จากที่การท่องเที่ยวในช่วงหลังเริ่มเน้นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งระบบ การพัฒนาและออกแบบเมืองจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น พื้นที่เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจึงจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง ที่พักและร้านค้า รวมทั้งการออกแบบและควบคุมภูมิทัศน์ของเมืองที่ตอบรับกับการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวขึ้นมาโดยเฉพาะนี้อาจมองได้ว่า เป็นการสร้าง “พื้นที่สินค้า” (commodity space) ด้านการท่องเที่ยวขึ้นให้อยู่ใน “พื้นที่พลเมือง” (citizen space) ผู้คนทั่วไปในเมืองดำเนินชีวิตประจำวันอยู่แล้ว¹⁵ ในบางกรณี การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองอาจนำไปสู่การขยายพื้นที่เมืองออกไปอีก¹⁶ ในทางกลับกัน อีกมุมมองหนึ่งคือ พื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองเป็นเพียงแค่สินค้าที่ตอบโจทย์ทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของนโยบายพัฒนาเมืองและมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นไปพร้อมกันทั้งในเชิงสังคม โครงสร้างพื้นฐานและสถาบัน ตามแนวคิดนี้ การดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีจะทำให้เมืองทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ¹⁷

รูปแบบการท่องเที่ยวในเมืองยังเป็นประเด็นที่คงต้องศึกษาต่อไปอย่างละเอียด นักวิชาการกลุ่มหนึ่งเชื่อว่า การท่องเที่ยวในเขตเมืองอาจจัดได้ว่าเป็นแบบไม่เร่งรีบหรือแบบเนิบช้า (slow tourism)¹⁸ กล่าวคือ การท่องเที่ยวในเขตเมืองมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบเนิบ ๆ ตรงที่เกิดขึ้นมาเพื่อที่จะตอบโต้ความเป็น

¹³ บุญยสฤกษ์ อเนกสุข (2557)

¹⁴ Shepard (2016)

¹⁵ Maciocco (2011)

¹⁶ Spirou (2011)

¹⁷ UNWTO (2012)

¹⁸ เช่น Heitmann et al. (2011)

โลกาภิวัตน์ ซึ่งนิยมทำอะไรรวดเร็วหรือตามกระแสนิยม ในการท่องเที่ยวในเขตเมือง นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการพักผ่อนได้นานและทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ การนั่งรถชมเมือง การเลือกซื้อและชิมผลิตภัณฑ์อาหารปลอดสารพิษ หรือแม้กระทั่งการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวต้องอาศัยระยะเวลามากกว่าที่จะชมเมืองอย่างฉาบฉวยด้วยระยะเวลาจำกัดได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับประสบการณ์ความสัมพันธ์กันระหว่างคน (people) และแหล่งท่องเที่ยว (place) กับการใช้ชีวิต (life) ในเขตเมืองนั่นเอง¹⁹ อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวบางกลุ่มในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้เวลาน้อยมากในการสร้างรับรู้ประสบการณ์ในพื้นที่เมือง แต่มุ่งเน้นไปที่การเยี่ยมชมสถานที่โด่งดังที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้แนะนำไว้ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และไม่มีพฤติกรรมที่สื่อถึงการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าตามที่นักวิชาการกลุ่มนี้ได้เสนอไว้ จึงเป็นประเด็นวิจัยที่ต้องดำเนินการสำรวจต่อไปในอนาคต

เมืองท่องเที่ยว

ประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากต่างเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด ด้วยความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นการใช้ทรัพยากรทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้แรงงานที่ไม่ต้องมีทักษะสูง แต่ในทางปฏิบัติ การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการโครงสร้างพื้นฐานหลายประการ อาทิ ระบบคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม น้ำเสีย ขยะ²⁰ จึงจะสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ และไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่แท้จริงจึงไม่ได้มองเพียงแค่การมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและตอบสนองเป้าหมายทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่ต้องมองแบบเป็นองค์รวมในภาพของเมืองหรือพื้นที่ท่องเที่ยว แนวคิดดังกล่าวถือเป็นจุดตั้งต้นของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว

ตามนิยามขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) เมืองท่องเที่ยว (tourist city) เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในสถานที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง โดยปกติแล้วเป็นการเดินทางในระยะเวลาที่สั้นเพียง 1-3 วัน เมืองท่องเที่ยวจึงมีความเชื่อมโยงกับตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะสั้น (short-break market) เป็นหลัก²¹ ส่วนสำนักงานเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) กำหนดความหมายของเมืองท่องเที่ยวไว้ในมาตรฐานเมืองท่องเที่ยวน่าอยู่ของอาเซียน (ASEAN Clean Tourist City Standard) ไว้ว่า เป็นพื้นที่ที่มีการไหลเวียนของผู้มา

¹⁹ บุญยสฤกษ์ อเนกสุข (2557)

²⁰ เทียมสุรย์ สิริศรีภักดี (2559)

²¹ UNWTO (2012)

เยือน (visitors) และมีสิ่งดึงดูดใจทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และที่มนุษย์สร้างขึ้น²² นอกจากนี้ เมืองท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นพื้นที่ที่มีลำดับชั้นแห่งความสำคัญในมิติของการลงทุนพื้นที่สาธารณะระหว่างโซนนักท่องเที่ยวกับโซนที่พลอดนักท่องเที่ยวย รวมถึงประโยชน์ของผู้มาเยือนกับผู้อยู่อาศัย²³ จะเห็นได้ว่า สองความหมายแรกมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ความหมายสุดท้ายเน้นความสมดุลของการใช้พื้นที่ระหว่างการท่องเที่ยวกับการอยู่อาศัยที่ชัดเจนขึ้น

ในปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และระบบคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวได้ขยายบทบาทหน้าที่สำคัญด้านเศรษฐกิจของเมืองให้ส่วนหนึ่งของกระแสโลกาภิวัตน์ ทั้งการขยายตัวของธุรกิจบริการระหว่างประเทศ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสายการบิน ฯลฯ นอกจากนี้ บทบาทของพื้นที่เมืองในฐานะเมืองท่องเที่ยวยังเกิดขึ้นในพื้นที่เมืองเก่าที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากที่พื้นที่เมืองเดิมมีกิจกรรมหลักคือวัดวาอาราม ที่อยู่อาศัยและร้านค้าพาณิชย์กรรมที่ลดความนิยมหรือเสื่อมโทรมลง การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใส่ลงในพื้นที่เก่าเพื่อทดแทนมูลค่าทางเศรษฐกิจเดิมที่ลดลงไป ด้วยความที่เมืองท่องเที่ยวจะต้องเชื่อมต่อกับระบบการเดินทางและขนส่งมวลชน และนำมาซึ่งการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเพื่อเข้าออกหรือผ่านเมืองนั้น ๆ เมืองท่องเที่ยวจึงอาจเป็นทั้งจุดหมายปลายทาง (destination) และจุดเชื่อมต่อของเครือข่ายการท่องเที่ยวก็ได้

สำหรับองค์ประกอบของเมืองท่องเที่ยวนั้น นอกเหนือจากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่แล้ว เมืองท่องเที่ยวยังมีองค์ประกอบในลักษณะของระบบนิเวศเมืองท่องเที่ยว²⁴ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน²⁵ ได้แก่

1. พื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรุก (active activities) ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเป็นพื้นที่กิจกรรมที่ตั้งอยู่กลางเมืองและสร้างความเชื่อมโยงของกิจกรรมในระยะใกล้ด้วยการเดินหรือระบบการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงพื้นที่เมืองที่สามารถใช้งานได้ในทุกสภาวะอากาศและช่วงเวลาของวัน
2. พื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรับ (passive activities) เป็นพื้นที่ที่ต้องการความสงบ เช่น ที่พักหรือโรงแรม รวมถึงที่อยู่อาศัยของประชากรเมือง โดยตั้งอยู่ในพื้นที่รอบนอกถัดออกไป

²² ASEAN (2016)

²³ Eisinger (2000)

²⁴ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2559)

²⁵ พณิต ภูจินดา และสมยศ บุญสม (2559)

- พื้นที่กันชน (buffer zone) เป็นพื้นที่ที่อยู่ระหว่างพื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรุกกับพื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรับ พื้นที่ส่วนนี้สามารถใช้เป็นที่ตั้งของสาธารณูปการของเมืองที่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

ทั้งนี้ เมืองท่องเที่ยวต้องมีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่มีความสามารถในการให้บริการสูงกว่าเมืองปกติ เนื่องจากโดยทั่วไป นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการบริโภคในปริมาณและความหลากหลายที่มากกว่าการใช้ชีวิตปกติและอาจต่อเนื่องตลอดทั้งวัน โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว ประเด็นนี้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดของเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ทั้งเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่และพัทลุง และเมืองขนาดเล็กที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว เช่น ปาย ที่มักเกิดปัญหาขีดความสามารถในการรองรับในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยว

การจัดแบ่งประเภทของพื้นที่ท่องเที่ยวมักแบ่งตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นชายทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ป่าเขา ฯลฯ หากเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นปราสาทราชวัง โบราณสถาน วัด โบสถ์ ป้อมปราการต่าง ๆ ฯลฯ หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นพิพิธภัณฑ์นานาประเภท การเยี่ยมชมสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย แหล่งความรู้ในการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ เป็นต้น นอกจากนี้ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวยังจัดแบ่งได้ตามรูปแบบของการท่องเที่ยว โดยอาจมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ชายทะเล น้ำตก ภูเขา กับแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการประกอบสร้างความหมายขึ้นมา การประกอบสร้างความหมายดังกล่าวจะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ²⁶

การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวมองได้หลายมิติ²⁷ หากใช้เกณฑ์ด้านวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงการตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

- การท่องเที่ยวกระแสหลัก (mass tourism) บางครั้งเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน เป็นปรากฏการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมต่อการท่องเที่ยว มักจะมีรูปแบบที่กำหนดไว้อย่างเป็นแบบแผน มีการวางแผนล่วงหน้าทั้งการจองที่พักและยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีการจัดโปรแกรมการเดินทางที่มีลักษณะเป็นแพ็คเกจทัวร์ที่สามารถซื้อได้ทั่วไปจากบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่าย

²⁶ กาญจนา เทพแก้ว (2557)

²⁷ มุลนิธิ สอวน. (2557)

การท่องเที่ยวกระแสหลักจึงเน้นการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่จำกัดจำนวน เช่น การท่องเที่ยวทะเลในรูปแบบ sea sand sun tourism เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (niche tourism) หมายถึง ปรากฏการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางตามความสนใจพิเศษ เฉพาะเจาะจง ซึ่งมักเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มน้อยหรือเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้หรือการทำกิจกรรมท่องเที่ยวพิเศษร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การท่องเที่ยวตามเส้นทางสายของขัวญ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา เป็นต้น

หากใช้เกณฑ์ตามลักษณะทางกายภาพและที่มาของแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวอิงธรรมชาติ เน้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอันมีคุณค่าที่แปลกตาและสวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวตามชายฝั่งทะเลและทางน้ำ (coastal and marine tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure tourism) การท่องเที่ยวชมสัตว์ป่า (wildlife tourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geotourism)
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นการชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรมหรือมรดกของสังคมที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง การปรับสภาพให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมา แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีทั้งที่จับต้องได้และส่วนที่จับต้องไม่ได้ การท่องเที่ยวประเภทนี้จำแนกได้หลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวในเขตเมืองท่องเที่ยวในเขตชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความสมบูรณ์ (health and wellness tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และการท่องเที่ยวแบบไมซ์ (MICE tourism) ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่เกิดจากการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ (Meetings, Incentive Travel, Conventions/ Conferencing, Exhibitions/Events)
3. การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน หรือแบบหลายวัตถุประสงค์ เป็นการรวมกลุ่มของการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ด้วยกัน ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยของทั้งสององค์ประกอบเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว โดยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหลายมุมมองและยังส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเพราะต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติและการบริหารจัดการจากภาครัฐและคนในท้องถิ่นที่ต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และทรัพยากรของตน การท่องเที่ยวประเภทนี้มี 3 รูปแบบที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(ecotourism) การท่องเที่ยวสีเขียว (green tourism) การท่องเที่ยวแบบ NEAT (nature-based, ecotourism and adventure tourism)

หากแบ่งพื้นที่ท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อสาธารณประโยชน์ (cause tourism) การท่องเที่ยวระยะสั้น (day trip) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานรื่นรมย์ (hedonic/recreational tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) การท่องเที่ยวเพื่อจาริกแสวงบุญ (pilgrimage tourism) การท่องเที่ยวธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (wilderness and environmental tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive tourism) การท่องเที่ยวในโลกเสมือน (virtual tourism)

นอกจากนี้ จากมุมมองของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทั้ง UNWTO, Lonely Planet และ Tourism Synergy รูปแบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้หลายกลุ่ม เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวของ UNWTO แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (nature-based tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์
- การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (culture-based tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเทศกาลและงานประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท
- การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบไม่ซ์ การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

ส่วนหนังสือ Lonely Planet แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 23 รูปแบบตามแนวคิด tourism inspiration ได้แก่ Adventure travel, Beaches, Budget travel, Coasts and islands, Family travel, Food and drinks, Honeymoon and romance, Luxury travel, Round the world travel, Wildlife and nature, Travel photography, Diving and snorkeling, Ecotourism, Travel shopping, Walking and trekking, Art and culture, Festivals and events, Films and television, Music, Off the beaten track, Planes and train, Road trip, Winter travel ในขณะที่ Tourism Synergy ได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 10 ประเภท

ได้แก่ Visit/Discovery, Relaxation Break, Entertainment, Sports, Health and Wellness, Culture, Gastronomy, Special Interest, Events, Business

นอกจากนี้ สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ทบทวนรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งจากประเทศต้นแบบและองค์การระหว่างประเทศเพื่อใช้ในการศึกษาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย พบว่า มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญ 11 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและนันทนาการ (entertainment tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการกินดื่ม (gastronomy tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (medical tourism) การท่องเที่ยวแบบไมซ์ (MICE tourism) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติแบบภูเขา (mountain and forest tourism) การท่องเที่ยวทะเลและชายหาด (sea sand sun tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (shopping tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sport tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism)

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่เมืองตั้งแต่เมืองขนาดเล็กจนถึงเมืองขนาดใหญ่ โดยเฉพาะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของเมืองอันเกิดจากการขยายตัวของย่านธุรกิจบริการท่องเที่ยว (Tourism Business District)²⁸ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในหลากหลายมิติ ในทางกลับกัน การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่เปราะบาง เพราะต้องอาศัยพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยว ดังนั้น หากเมืองไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม การท่องเที่ยวก็อาจถูกบั่นทอนคุณภาพลงในที่สุด ด้วยเหตุดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง เพื่อให้ทราบว่า เมืองท่องเที่ยวควรมีแนวทางการบริหารจัดการอย่างไรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ผลกระทบของการท่องเที่ยวเมืองโดยสรุปมีดังนี้²⁹

ผลกระทบในมิติกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบมีทั้งเชิงลบและเชิงบวก ผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก มีทั้งการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่ และอาจนำไปสู่การสร้างมาตรฐานการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างจริงจัง รวมไปถึงการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้น่าอยู่น่าอาศัย จากการจัดระเบียบของพื้นที่ การรักษาความสะอาด และการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงาม การใช้ที่ดินและพื้นที่ว่างเปล่าอย่างคุ้มค่า และเกิดความมีชีวิตชีวาจากกิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการที่เกิดขึ้นในพื้นที่

²⁸ UNWTO (2012)

²⁹ มุลนิธิ สอวน. (2557)

ในทางกลับกัน ผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นมีตั้งแต่การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ จากการตัดแปลงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพื่อการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงปัญหามลพิษจากกิจกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ นับตั้งแต่อุตสาหกรรมการบิน ซึ่งปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศในปริมาณมหาศาล ไปจนถึงการพัฒนาปรับเปลี่ยนโครงสร้างและสัณฐานของเมืองจนทำให้เมืองสูญเสียเอกลักษณ์ที่มีมาแต่เดิม

ผลกระทบในมิติเศรษฐกิจ

ผลกระทบเชิงบวกในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โอกาสการจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นสำหรับคนในท้องถิ่น และนำมาซึ่งรายได้นอกภาคการเกษตรที่มีความไม่แน่นอนจากกลไกตลาด การสร้างรายได้จากกิจกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว รายได้เหล่านี้อาจนำกลับมาใช้ในการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น การไหลเวียนของเงินตราต่างประเทศในระบบเศรษฐกิจ รวมถึงจุดหมายปลายทางที่เป็นชุมชนในท้องถิ่น

ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ ค่าครองชีพสูงขึ้นจากการปรับตัวของสินค้าและบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นอาจได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจน้อยกว่ากลุ่มทุน การรั่วไหลของเงินสืบเนื่องจากวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการให้บริการการท่องเที่ยว ราคาที่ดินสูงขึ้นจนสร้างแรงกดดันให้กับคนในท้องถิ่นต้องละทิ้งถิ่นฐานเดิมไปอยู่ที่อื่น หรือต้องปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวจนสูญเสียตัวตนและชาติความเป็นธรรมชาติ

ผลกระทบในมิติสังคมวัฒนธรรม

ในด้านสังคมวัฒนธรรมนั้น ผลกระทบเชิงบวกที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ไม่ให้สูญหายภายใต้ทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายจากการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาสังคมจากการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ในทางกลับกัน ผลกระทบเชิงลบมักเกิดขึ้นจากความวุ่นวายอันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่ชีวิตประจำวันของคนในชุมชน รวมถึงความแออัดของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการสูญเสียอัตลักษณ์และเอกลักษณ์จากการปรับเปลี่ยนตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป นอกจากนี้ โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนไปสู่การมุ่งหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวมากขึ้น ความสัมพันธ์แบบเครือญาติและภายในครอบครัวน้อยลง แรงงานจากต่างถิ่นเข้ามาแสวงหาประโยชน์จากการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมโดยรวม เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเด็นสำคัญที่เริ่มกล่าวถึงมากขึ้นในปัจจุบันคือผลกระทบของการท่องเที่ยวคือความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเกิดจากการกระจุกตัวของการลงทุนและรายได้ในเมืองท่องเที่ยว รวมถึงขาดการพัฒนาสินค้าและบริการที่จะช่วยสร้างโอกาสให้คนท้องถิ่นสามารถเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างเท่าเทียมกัน สำหรับในประเทศไทยนั้น ปัญหา

ดังกล่าวพบเห็นได้อย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงกว่า 1 ล้านคนต่อปี (กรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ พระนครศรีอยุธยา พังงา) ส่วนเมืองท่องเที่ยวระดับรองลงไปก็มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาลักษณะเดียวกันด้วยเช่นกัน³⁰

หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในการดำเนินงานวิจัยเชิงมุ่งเป้าครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ยึดหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปในปัจจุบัน คือ การวางแผนที่มุ่งสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ โดยถือว่าการออกแบบพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่เมืองท่องเที่ยวต้องไม่ขัดกับคุณค่าหรือคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้พื้นที่นั้นเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมาเที่ยวอีก รวมทั้งผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวก็ต้องจัดสรรคืนกลับให้กับชุมชนในท้องถิ่นด้วย

แม้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวมีอยู่ขนาดและรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไปตามเงื่อนไขและบริบทที่ต่างกัน เมืองท่องเที่ยวชั้นนำที่ได้พัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องออกแบบและพัฒนาเมืองตามหลักการที่ถูกต้อง เมืองท่องเที่ยวชั้นนำที่ยั่งยืนไม่ใช่เพียงแค่มักนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมากหรือสร้างรายได้จำนวนมากให้กับผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนในพื้นที่ด้วยการจ้างงานและการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกภูมิใจและผูกพันกับชุมชนและเมืองของตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม พร้อมไปกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศที่เกื้อหนุนต่อการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ดังนั้น เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจึงต้องสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดกับผู้ประกอบการ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมให้กับชุมชนและสังคมโดยรวม

จากการประมวลงานเขียน งานวิจัยและสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหา ความท้าทายและโอกาสด้านการท่องเที่ยวในกรณีศึกษาทุกแห่งในงานวิจัยนี้ พบว่า ความยั่งยืนเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวในอนาคต ไม่ใช่เพียงเพราะเป็นเป้าหมายที่พึงประสงค์ของการพัฒนาในภาพรวมเท่านั้น แต่เพราะความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมได้กลายเป็นจุดขายหลักสำหรับการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง ด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงและให้ความสำคัญมากขึ้นกับความยั่งยืน และความตระหนักถึงต้นทุนที่แท้จริงของโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

³⁰ เทียมสุรย์ สิริศรีภักดี (2559)

จากการประมวลความรู้ด้วยการทบทวนวรรณกรรม และจากการวิเคราะห์กรณีศึกษาในโครงการวิจัยนี้ สามารถสรุปหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวชั้นนำได้ 6 ประการ ได้แก่

1. มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยว

การทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการวิเคราะห์เส้นทางประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ไม่เฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้ามาในพื้นที่แล้ว แต่ต้องเริ่มตั้งแต่ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวและมีความสนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงเมื่อท่องเที่ยวเสร็จแล้วและกลับไปเล่าให้คนอื่น ๆ ฟังต่อ ในการวิเคราะห์เส้นทางประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ ก็ต้องใช้ข้อมูลมหาศาล (Big Data) ให้เป็นประโยชน์ เพื่อระบุและวิเคราะห์ให้ได้ว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไหนดำเนินกิจกรรมแบบไหน ในพื้นที่เมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่ใด งานวิจัยที่ติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างหนึ่งของงานวิจัยในแนวนี้คือ การศึกษาเรื่อง “การตลาด 4.0 เพื่อยกระดับการให้บริการนักท่องเที่ยวจีนกลุ่ม SoLoMo ในประเทศไทย” โดย ดร. ดนัยธัญ พงษ์พัชรารัตเทพ ซึ่งเป็นโครงการย่อยที่ 4 ในแผนงานวิจัยเดียวกันกับโครงการวิจัยนี้ งานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการเหมืองข้อมูล/ข้อความ (data/text mining) ในการวิเคราะห์ความเห็นและบทสนทนาของนักท่องเที่ยวจีนในสื่อโซเชียลภาษาจีนเกี่ยวกับความนิยมและความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. สร้างเสริมประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำไม่ได้มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและถ่ายรูป แต่มีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการสร้างประสบการณ์ที่พิเศษ แท้จริงและเฉพาะบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถานที่ไปจนถึงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกันกับผู้คนในพื้นที่ ทั้งนี้ เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวมีอยู่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมืองท่องเที่ยวชั้นนำก็ต้องมีความเปิดกว้างและยืดหยุ่นมากพอที่จะปรับตัวได้ไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและออกแบบพื้นที่สาธารณะในเมือง ต้องเกื้อหนุนและส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ดังกล่าว

3. พัฒนาและออกแบบตามบริบท

การพัฒนายุทธศาสตร์และออกแบบองค์ประกอบของเมืองท่องเที่ยวชั้นนำต้องเข้าใจและปรับไปตามบริบทเงื่อนไขของเมือง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบองค์ประกอบทางกายภาพ เช่น สถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้าง พื้นที่สาธารณะและภายในอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ บริบทที่ว่านี้ครอบคลุมมากไปกว่าด้านกายภาพ แต่รวมถึงด้านสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ นักวางแผนและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทต่าง ๆ อย่างถ่องแท้

4. ยกระดับคุณภาพเมือง

การพัฒนาและออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่เมืองที่ดีไม่ใช่เพียงแค่เข้าใจและกลมกลืนเข้ากับบริบทและสิ่งแวดล้อมรอบข้างเท่านั้น แต่ต้องยกระดับคุณภาพของพื้นที่และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปอีกได้ เนื่องจากการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำไม่ได้สร้างพื้นที่เมืองที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ที่ดีสำหรับคนที่อยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันในเมืองไปพร้อมกัน

5. มีกระบวนการที่ดี

กระบวนการวางแผนพัฒนาและออกแบบที่ดี ซึ่งมีการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการขับเคลื่อนโดยภาครัฐกิจการท่องเที่ยวเป็นหลัก การวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวรวมถึงการออกแบบและพัฒนาเมืองจึงต้องให้ผู้ประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น ในขณะเดียวกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในวงกว้างและขยายตัวเข้าไปในเขตชุมชน ย่อมมีผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ การวางแผนการท่องเที่ยวจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาเหล่านี้

6. เชื่อมโยงองค์ประกอบระดับภาค เมืองและชุมชน

การออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อยกระดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ ต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของพื้นที่ในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับภาค เมืองและย่านชุมชน ยุทธศาสตร์การออกแบบและพัฒนาเมืองที่แสดงในแผนและผังการพัฒนา ต้องสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบเหล่านี้ โดยต้องมองภาพกว้างและผสมผสานแนวทางในระดับต่าง ๆ เข้าด้วยกัน การสร้างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้ในระดับจังหวัดและระดับอนุภาคหรือกลุ่มจังหวัด โดยให้เมืองเป็นจุดเชื่อมต่อและสร้างความหลากหลายในพื้นที่ แต่ละเมืองแต่ละชุมชนมีองค์ประกอบและอัตลักษณ์เป็นตนเอง แต่เติมเต็มซึ่งกันและกันในระดับจังหวัดหรืออนุภาค การตั้งกรอบคิดของการพัฒนาพื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวในระดับภาคหรืออนุภาค จะทำให้สามารถปรับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยืดหยุ่นตามเงื่อนไขและสถานการณ์ได้มากขึ้น ทั้งนี้ การออกแบบเมืองท่องเที่ยวต้องลงถึงในระดับย่าน เนื่องจากท้ายที่สุด ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสโดยตรงนั้นจะเกิดขึ้นในระดับย่าน โดยเฉพาะตามแนวโน้มปัจจุบันที่เป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นประสบการณ์

ตัวอย่างเช่น ชุมชนเมืองบางแห่ง เช่น พื้นที่เมืองเก่าในเมืองเชียงใหม่ ภูเก็ตและลำปาง มีรูปแบบและเนื้อเมืองที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้วยการเดินเท้าหรือจักรยานและการพักผ่อนในโรงแรมขนาดเล็ก อีกทั้งยังไม่สามารถขยายขีดความสามารถในการรองรับได้โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของเมืองเดิม ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและความหนาแน่นของอาคารในเมืองมากเกินไป ก็อาจทำให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือความเป็นชุมชนดั้งเดิมหายไปได้ แต่ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวก็อยากมาเที่ยวมากขึ้น และมีความจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของเมืองให้มากขึ้น ในกรณีดังกล่าวจำเป็นต้องมีการวางแผน

โครงสร้างพื้นฐานและการใช้ประโยชน์ที่ดินในระดับเมือง ไปพร้อมกับการวางแผนพัฒนาแหล่งและเส้นทางการท่องเที่ยวในระดับภาคหรืออนุภาคที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำให้ผลกระทบต้วมมากเกินไปในพื้นที่เมืองเดิม ในงานวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แสดงตัวอย่างแนวคิดการวางแผนที่ผสมผสานยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ทั้งในระดับภูมิภาค เมืองและชุมชนไปพร้อมกัน

การวางแผนภาคในประเทศไทยที่ผ่านมายังไม่ถือว่าประสบความสำเร็จมากเท่าใดนัก เท่าที่พอมีผลลัพธ์เป็นรูปธรรมบ้างก็คือ การพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม อีกทั้งเนื้อหาของการวางแผนภาคมักเน้นไปด้านการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมเป็นหลัก ในด้านการท่องเที่ยวนั้น แม้ว่าอาจมีการวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวในระดับภาคและอนุภาคอยู่บ้าง แต่แทบไม่มีการวางแผนภาคใดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ดังนั้น หากการท่องเที่ยวยังคงมีความสำคัญกับเศรษฐกิจไทยเช่นนี้ต่อไปในอนาคต กระบวนการวางแผนภาคจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการวางบทบาทของเมืองในลำดับศักยภาพที่ตอบรับกับความท้าทายด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การสรรค์สร้างสถานที่ในการออกแบบย่านท่องเที่ยว

การสรรค์สร้างสถานที่ (placemaking) หมายถึง กระบวนการวางแผน ออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะ ที่มุ่งปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์พร้อมกับสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในชุมชนและผู้มาเยี่ยมเยือน ด้วยการออกแบบกายภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่นั้น การสรรค์สร้างสถานที่จึงเป็นมากกว่าการพัฒนาพื้นที่ (space) โดยเป็นทั้งปรัชญาและกระบวนการที่ใช้หลักการด้านการออกแบบเมือง การสรรค์สร้างสถานที่ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เนื่องจากเป็นแนวคิดและเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์ในเมืองที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด การใช้กรอบแนวคิดการสรรค์สร้างสถานที่ในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ทำให้สามารถเข้าใจถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมกายภาพและระบบนิเวศ และเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางหนึ่งในการบูรณาการกิจกรรมด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

แทบทุกพื้นที่สามารถกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่ไม่ใช่ว่าทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวสมควรที่จะไปเกิดได้ทุกที่ แต่ละพื้นที่ย่อมมีคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขที่แตกต่างกัน การออกแบบและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกันออกไป นับตั้งแต่แหล่งธรรมชาติที่เป็นป่าไม้ พื้นที่เกษตร หมู่บ้านชนบท ไปจนถึงพื้นที่ชานเมือง ย่านประวัติศาสตร์ ย่านพาณิชย์กรรมและธุรกิจกลางเมือง กระนั้นก็ตาม แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีความเฉพาะในระดับย่านเป็นของตนเอง แต่การวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมืองต้องเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของพื้นที่เหล่านี้ด้วย โดยเฉพาะในบริเวณที่พื้นที่ในลักษณะต่างกันตั้งอยู่ติดกันหรือคาบเกี่ยวกัน เช่น พื้นที่ชายหาด

ธรรมชาติตั้งอยู่ติดกับพื้นที่เมืองในจังหวัดภูเก็ต พื้นที่ภูเขาและแม่น้ำระหว่างประเทศตั้งอยู่ติดกับเมืองแม่สายและ เชียงของ ทะเลน้อยอยู่ไม่ห่างจากเมืองพัทลุง ฯลฯ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักเยี่ยมชมสถานที่หลายรูปแบบในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และมีประสบการณ์ที่หลากหลายในแต่ละย่าน การออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวจึงต้องเข้าใจในความเชื่อมโยงดังกล่าว

ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเริ่มเข้าไปพักค้างและเยี่ยมชมในพื้นที่ชุมชนที่คนทั่วไปอยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ทั้งที่พักแรมขนาดเล็กในรูปแบบโฮสเทลหรือโฮมสเตย์และร้านอาหารในชุมชนที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแอปพลิเคชันในการจองที่พักได้เปิดโอกาสให้เจ้าของบ้านและห้องชุดสามารถหารายได้จากห้องพักของตนเอง ย่านที่อยู่อาศัยจึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ย่านการค้าและย่านบันเทิงสำหรับคนท้องถิ่นในย่านชุมชนในเมืองใหญ่หลายแห่งได้กลายเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์เหมือนกับที่คนท้องถิ่นทั่วไปดำเนินชีวิตอยู่ ร้านค้าและร้านอาหารระดับชุมชนก็ได้รับอานิสงส์จากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ แม้ว่าย่านเหล่านี้อาจไม่คึกคักหรือมีนักท่องเที่ยวมากเหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาแต่เดิม แต่ก็ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีการวางแผน ออกแบบและบริหารจัดการที่ดีไม่แพ้กัน โดยเฉพาะเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความเป็นอยู่ของผู้คนที่มาแต่เดิมในท้องถิ่น ดังนั้น การออกแบบและพัฒนาพื้นที่เมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมแบบเดิม แต่ต้องรวมไปถึงพื้นที่ชุมชนอื่นอีกด้วย

ส่วนพื้นที่ศูนย์กลางเมืองนั้น โดยมากมีความหลากหลายของอาคารสถาปัตยกรรม กิจกรรมและผู้คนที่ทำให้เกิดความคึกคักและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว และมักเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่มีวิวัฒนาการมาเป็นเวลานานกว่าพื้นที่อื่นในเมือง อีกทั้งยังมักเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายและเชื่อมโยงระบบการขนส่งเดินทางที่สำคัญ พื้นที่เหล่านี้จึงมักกลายเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวโดยอัตโนมัติ ด้วยปัจจัยเกื้อหนุนเหล่านี้ ธุรกิจและบริการพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยว ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร พืชไร่ภัณฑ์ และสนามกีฬา ไปจนถึงธนาคารและบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา จึงกระจุกตัวอยู่มากในพื้นที่ศูนย์กลางเมือง การออกแบบและพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางเมืองจึงแตกต่างจากพื้นที่อื่นในเมืองเดียวกัน พื้นที่ศูนย์กลางของแต่ละเมืองก็มีความแตกต่างกัน ศูนย์กลางเมืองในกรุงเทพมหานครย่อมแตกต่างจากนครนิวยอร์กและกรุงโตเกียว ศูนย์กลางเมืองภูเก็ตย่อมแตกต่างจากเมืองเชียงใหม่

ภาพลักษณ์และแบรนด์เมืองท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ (image) และแบรนด์ (brand) ของเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาที่มาเยือนและพักในเมืองแต่ละแห่ง นับตั้งแต่การกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้สืบค้นเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เลือกลงและตัดสินใจที่จะมาเยือน และเมื่อได้มาเยือนแล้ว จะบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น หากเมืองท่องเที่ยวใดมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว ย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการจูงใจให้

นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาสู่เมืองท่องเที่ยวที่นั่น เมืองบางแห่งอาจมีแบรนด์เป็นของตนเองที่มีความชัดเจนและโดดเด่น ซึ่งได้สร้างและสะสมมาโดยธรรมชาติด้วยปัจจัยและทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว หรือโดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ที่ผ่านการสร้างสรรค์และประชาสัมพันธ์จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ได้จริง ก็ต่อเมื่อผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้คือ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีประสบการณ์โดยตรงในแต่ละเมือง การมีแบรนด์ที่ชัดเจนและได้รับการตอบรับที่ดี ย่อมทำให้เมืองนั้นสามารถแข่งขันกับเมืองอื่น ๆ ได้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวเก่าให้กลับไปเยี่ยมเยือนอีกได้

ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยว

นักวิชาการและนักการตลาดได้ประยุกต์ใช้แนวคิดภาพลักษณ์ในการวิเคราะห์และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเชื่อว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (tourism image) หรือภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (destination image) เป็นปัจจัยดึงดูด (pull factor) สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนและจดจำได้ง่าย ทั้งนี้ การสื่อสารภาพลักษณ์ด้วยแบรนด์การท่องเที่ยว (tourism image branding) มักใช้เครื่องมือในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้ผ่านทางช่องทางและสื่อต่าง ๆ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีที่มาจาก 2 ส่วนหลัก คือ (1) คุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงการบริหารจัดการและการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทั้งช่วงก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้บริการการท่องเที่ยว และ (2) การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งเกิดเป็นภาพในใจหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและนำไปสู่การตอบสนองของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ การตอบสนองอาจเกิดขึ้นก่อนการตัดสินใจ หรือระหว่างการใช้บริการ หรือภายหลังการใช้บริการก็ได้³¹

จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในองค์กรรวมทั้ง สามารถนำมาแบ่งขอบเขตตัวกำหนดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในรายละเอียดปลีกย่อยได้³² ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ประกอบด้วยสภาพภูมิอากาศ โดยใช้ตัวชี้วัด คือ อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน ความชื้น และจำนวนชั่วโมงในช่วงเวลากลางวัน
2. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานทั่วไป ประกอบด้วยระบบคมนาคมพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน ระบบโทรคมนาคมขนส่ง และการบริการสุขภาพ

³¹ Niramansakul (2011) และ กุลดา เพ็ชรวรรณ (2556)

³² Beerli and Martin (2004)

3. โครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น
4. สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก คาสีโน กิจกรรมดำน้ำ ตกปลา ปีนเขา รวมถึงการท่องเที่ยวยามราตรี เป็นต้น
5. ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น นิทรรศการ งานประเพณี การแสดงดนตรี กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ศิลปะการกินและอาหาร งานหัตถกรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สื่อถึงความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่นนั้น
6. ปัจจัยทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ เช่น ความมั่นคงทางการเมือง ความปลอดภัย อัตราการเกิดอาชญากรรม สภาวะเศรษฐกิจ และราคาสินค้าและบริการ
7. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงามของทิวทัศน์ ความดึงดูดใจของตึกรามบ้านช่อง ความสะอาด ความหนาแน่นของผู้คน ความแออัดของการจราจร และภาวะมลพิษทางอากาศและเสียงรบกวน
8. สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น คุณภาพชีวิต สภาพความขัดสน ผิดเคืองของคนในสังคม รวมถึงอุปสรรคของการใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
9. บรรยากาศโดยรวมของสถานที่ เช่น ความหรูหรา ความมีชื่อเสียง สถานที่ที่เหมาะสมกับครอบครัว บรรยากาศความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียดและการผ่อนคลาย

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่กำหนดของภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยว ล้วนเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของเมืองทั้งสิ้น องค์ประกอบเมืองเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาต่อยอดสู่ความเป็นแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวย่อมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าเมืองท่องเที่ยวทั่วไป

อัตลักษณ์ (identity) ภาพลักษณ์ (image) และแบรนด์ (brand) ของเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว นับตั้งแต่การกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้สืบค้นเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เลือกและตัดสินใจที่จะมาเยือน และเมื่อได้มาเยือนแล้ว จะบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ หากเมืองท่องเที่ยวใดมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว ย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาสู่เมืองท่องเที่ยวนั้น เมืองบางแห่งอาจมีแบรนด์เป็นของตนเองที่มีความชัดเจนและโดดเด่น ซึ่งได้สร้างและสะสมมาโดยธรรมชาติ ด้วยปัจจัยและทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว หรือโดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ที่ผ่านการสร้างสรรค์และประชาสัมพันธ์จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ได้จริงก็ต่อเมื่อผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้คือ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีประสบการณ์โดยตรงในแต่ละเมือง การมีแบรนด์ที่ชัดเจน

และได้รับการตอบรับที่ดี ย่อมทำให้เมืองนั้นสามารถแข่งขันกับเมืองอื่น ๆ ได้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวเก่าให้กลับไปเยี่ยมเยือนอีก

การพัฒนาแบรนด์ของเมืองเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับการเมือง สังคม หรือวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นไปยังจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันและหาคำตอบให้กับการสร้างพันธมิตรของกลุ่มเป้าหมายหลักกับเมืองหรือย่าน ในการมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้การพัฒนาแบรนด์ยังต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการนำกลยุทธ์ในการพัฒนาแบรนด์ไปใช้ร่วมกัน ซึ่งมีขั้นตอนตามที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น อย่างไรก็ตามการพัฒนาแบรนด์ของเมืองหรือย่านเป็นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์สื่อสารที่ชัดเจน โดยอาศัยทั้งการปรับปรุงพื้นที่เปจจนถึงอนุรักษ์คุณของย่านหรือเมืองนั้นเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ในการสื่อสารที่แข็งแกร่งของพื้นที่ การพัฒนาแบรนด์ของเมืองยังเป็นการสร้างการตลาดที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายหลักของเมืองหรือย่านที่ชัดเจนขึ้นอีกด้วย เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและการสร้างการเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับเมืองหรือย่านนั้น ๆ ให้มากขึ้น

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีที่มาจาก 2 ส่วนหลัก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงการบริหารจัดการและการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทั้งช่วงก่อน ระหว่าง และหลังจากการท่องเที่ยว และการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งเกิดเป็นภาพในใจหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและนำไปสู่การตอบสนองของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ การตอบสนองอาจเกิดขึ้นก่อนการตัดสินใจ ระหว่างการใช้บริการ หรือภายหลังการใช้บริการก็ได้ ปัจจัยที่กำหนดภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวมีตั้งแต่บรรยากาศโดยรวมของสถานที่ ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อม เช่น ความสวยงามของทิวทัศน์ ความดึงดูดใจของตึกรามบ้านช่อง ความสะอาด รวมถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น และอุปสรรคของการใช้ภาษาในการสื่อสาร จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวล้วน และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวได้ เมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจึงย่อมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าเมืองท่องเที่ยวทั่วไป

การสร้างแบรนด์เมือง

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในด้านค้าการลงทุน บริษัทแต่ละแห่งต่างก็พยายามใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายในการสร้างแบรนด์ (brand) ของสินค้าของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่ขายสินค้าหรือขายบริการ แบรนด์ที่ว่านี้หมายถึงภาพลักษณ์หรือการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสินค้า การบริการหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องการนำเสนอ การสร้างแบรนด์จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปัจจุบัน แนวคิดการพัฒนาแบรนด์นี้ได้รับการประยุกต์ใช้กับเมืองและประเทศด้วยเช่นกัน ด้วยพื้นฐานความคิดที่ว่า เมืองต่างก็แข่งขันและแย่งชิงนักท่องเที่ยว ธุรกิจและการลงทุนซึ่งกันและกัน ไม่เฉพาะระหว่างเมืองระดับโลกที่อยู่คนละ

ประเทศ แต่รวมถึงเมืองในประเทศเดียวกัน ท่ามกลางสภาพการแข่งขันที่รุนแรงนี้ นักวิชาการและนักวางแผนนโยบายหลายคนจึงเสนอว่า แต่ละเมืองควรมียุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของเมืองตัวเองอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเมืองขนาดมหานครหรือเมืองขนาดเล็กก็ตาม เพื่อสร้างความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ และมีคุณค่าที่เสนอให้กับลูกค้า (value proposition) แต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน

เมืองหลายแห่งในโลกทั้งเมืองที่เป็นที่รู้จักกันทั่วโลกอยู่แล้วและเมืองที่ต้องการสร้างชื่อเสียงให้มากขึ้นพยายามสร้างแบรนด์ของเมืองตัวเองขึ้นมา แนวคิดการสร้างแบรนด์เมือง (city branding) นี้เป็นการพัฒนาและสื่อสารภาพลักษณ์เฉพาะของเมืองให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการดึงดูดเข้ามาเยี่ยมชมเมืองนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการท่องเที่ยว เยี่ยมเยือน ติดต่อธุรกิจ ลงทุน และอยู่อาศัย แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า แต่ละเมืองแต่ละประเทศต่างต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูดผู้คน ทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ รวมถึงการลงทุนในธุรกิจ และทุนและทรัพยากรต่าง ๆ อันที่จริงแล้ว การสร้างแบรนด์ของพื้นที่มีมานานนับตั้งแต่ประมาณ ค.ศ. 1850 ในสหรัฐอเมริกาในความพยายามดึงดูดให้ประชากรย้ายถิ่นไปยังพื้นที่ชนบท และการดึงดูดนักท่องเที่ยวของเมืองในยุโรป แต่แนวคิดการสร้างแบรนด์อย่างจริงจังและมีการศึกษาอย่างเป็นระบบเริ่มขึ้นเมื่อประมาณ ค.ศ. 2010 ที่ผ่านมา

การสร้างแบรนด์เมืองจัดอยู่ในกลุ่มแนวคิดการสร้างแบรนด์ของพื้นที่ (place branding) ซึ่งรัฐบาลหน่วยงานราชการหรือองค์กรของแต่ละพื้นที่พยายามสร้างขึ้นสำหรับพื้นที่ที่ตนเองรับผิดชอบ ทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับเมือง แบรนด์ของพื้นที่นี้มีองค์ประกอบที่สามารถรับรู้ได้ทั้งการมองเห็น (visual) การพูดและรับฟัง (verbal) และพฤติกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มคนในพื้นที่ที่ต้องการสร้างแบรนด์ แต่ละแบรนด์มีอิทธิพลและแรงโน้มน้าวกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายแตกต่างกันไป แต่ละแห่งก็ใช้แนวทางและวิธีการที่หลากหลายในการโน้มน้าวความคิดและความพึงพอใจเกี่ยวกับพื้นที่ให้ดีขึ้น³³ การรณรงค์และการโฆษณาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนพยายามสร้างแบรนด์ขึ้นมาเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างใกล้ตัวในประเทศไทยที่เห็นได้ชัดคือสโลแกน “Amazing Thailand” ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้มาหลายสิบปีแล้ว

การพัฒนาแบรนด์เมืองกลายเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการบริหารจัดการจัดการเมือง การบริหารจัดการแบรนด์เมืองที่ดีไม่ได้เป็นเพียงแค่การจัดการด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และโฆษณาที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมือง เนื่องจากคำว่าแบรนด์นั้นต้องประกอบด้วยทั้งสาระ (substance) หรือกิจกรรมและการบริการที่เกิดขึ้นจริงในเมืองกับความรู้สึก (feeling) ที่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายมีเกี่ยวกับพื้นที่นั้น อีกทั้งเป็นความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (reality) ที่ผสมผสานกับเรื่องราว (story) เป็นทั้งความจริง (truth) และจินตนาการ (imagination) และเป็นข้อเท็จจริง (fact) และความรู้สึกประทับใจ (impression)³⁴

³³ Zenker and Braun (2017) p. 275

³⁴ Athenscocreation (2013)

การพัฒนาแบรนด์เมืองจึงเป็นความพยายามอย่างตั้งใจในการเปลี่ยนหรือพัฒนาภาพลักษณ์ของเมือง โดยเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่ได้นำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการธรรมดา แต่ให้คุณค่าที่ตอบรับกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์จึงไม่ใช่เพียงการประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่รวมไปถึงการจัดการ จัดระบบและประสานองค์ประกอบและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของเมือง ในการพัฒนาและบริหารแบรนด์เมืองให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานของเมือง คุณภาพของการบริการในท้องถิ่น รวมไปถึงการออกแบบสถาปัตยกรรมและพื้นที่สาธารณะที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน³⁵

นอกจากนี้แล้ว การรับรู้ในเรื่องแบรนด์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์³⁶ โดยเฉพาะแบรนด์ของเมือง ทั้งนี้ความแข็งแกร่งของแบรนด์จะสัมพันธ์กับคุณภาพของการรู้จักแบรนด์ผ่านกระบวนการสื่อสารโดยอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการระลึกถึงและจดจำแบรนด์ และจุดสัมผัสแบรนด์ (brand touchpoints) หรือการมีส่วนร่วมของแบรนด์ในกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การได้พบเห็นและรับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องจะทำให้เกิดการรู้จักและจดจำในสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับแบรนด์นั้น ไม่ว่าจะเป็น สิ่งตอบแทนที่จะได้รับหรือความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้เกิดการรับรู้แบรนด์ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์³⁷

แม้ว่าภาพลักษณ์ของเมืองแต่ละแห่งมีวิวัฒนาการมาตามธรรมชาติตามเงื่อนไขปัจจัยพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ประชากร และสังคมของแต่ละพื้นที่ บางเมืองมีภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่เกิดมาจากประวัติศาสตร์ เช่น เมืองเยรูซาเล็มที่มีแบรนด์เป็นเมืองศักดิ์สิทธิ์ (Holy City) หรือกรุงปารีสที่เป็นเมืองแห่งความโรแมนติก แต่ในช่วงหลังเริ่มมีการสร้างนโยบายและยุทธศาสตร์เฉพาะสำหรับการสร้างแบรนด์ของเมืองอย่างแพร่หลายมากขึ้น หลายเมืองระดมทรัพยากรในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ของเมืองอย่างจริงจังมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการสร้างแบรนด์เมืองมีหลายประการ ประการแรกเป็นการขยายแบรนด์ที่ดีและมีมาแต่เดิม แต่การรับรู้แบรนด์นั้นยังอยู่ในวงจำกัดและไม่ได้สร้างประโยชน์ให้เกิดกับเมืองให้ครอบคลุมในวงกว้างและเกิดประโยชน์มากเท่าที่ควร ประการที่สองเป็นการเพิ่มความชัดเจนของแบรนด์ที่มีอยู่แล้ว แต่อาจคลุมเครือหรือดูกว้างเกินไป ไม่เฉพาะเจาะจงพอที่จะสร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง วัตถุประสงค์ของการพัฒนาแบรนด์เมืองคือ การปรับแบรนด์ที่เก่าล้าสมัยไปแล้วให้ทันสมัยและตอบรับกับเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังในกรณีของเมืองลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา ที่มีภาพลักษณ์ของการพนันและธุรกิจผิดกฎหมายจึง

³⁵ Rainisto (2003)

³⁶ Keller (2002)

³⁷ Tschirhart (2002)

ได้ชื่อว่าเป็น Sin City หรือเมืองบาป แต่ทั้งหน่วยงานท้องถิ่นและธุรกิจในเมืองได้ดำเนินกลยุทธ์ในการปรับแบรนด์เมืองให้เน้นกิจกรรมด้านนันทนาการ ทั้งการแสดงดนตรี ละคร และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวของครอบครัว รวมไปถึงการประชุมและการจัดนิทรรศการมากยิ่งขึ้น การพัฒนาและปรับแบรนด์ของเมืองลาสเวกัสจึงเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจสำหรับเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ต้องการปรับเปลี่ยนแบรนด์เมืองเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น เมืองพัทลุงที่อาจต้องการพัฒนาฐานการท่องเที่ยวที่มากกว่าการกิจกรรมตอนกลางคืน เป็นต้น

นอกจากการพัฒนาแบรนด์แล้ว บางเมืองอาจต้องมุ่งปรับแก้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีมาแต่เดิม ในบางกรณีภาพลักษณ์เดิมอาจไม่สะท้อนสภาพจริงที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงต้องหาวิธีการปฏิเสธหรือปรับแก้ภาพลักษณ์นั้น เช่น กรุงโบโกตา (Bogota) ประเทศโคลอมเบีย (Colombia) ที่เคยประสบการก่อการร้ายมาเป็นเวลานาน แต่ในปัจจุบันไม่ได้มีปัญหาเช่นเดิมแล้ว แต่ยังมีภาพลักษณ์ของเมืองที่อันตรายอยู่ อีกกรณีหนึ่งคือภาพลักษณ์ที่มีอยู่เกี่ยวกับเมืองนั้นสะท้อนความเป็นจริงที่เป็นอยู่ กลยุทธ์ในการจัดการกับแบรนด์คือการแสดงให้เห็นถึงสาเหตุหรือสร้างบริบทของปัญหานั้นให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็น หรือพยายามลดความสำคัญของภาพนั้น และเพิ่มความสำคัญของภาพลักษณ์อื่นแทน เป็นต้น ตัวอย่างเช่น กรุงโคเปนเฮเกน (Copenhagen) ประเทศเดนมาร์กมีแบรนด์เดิมที่ติดมากับรูปปั้นเงือกน้อย (Little Mermaid) ริมทะเล นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปเยือนเมืองนี้ รู้สึกผิดหวังกับรูปปั้นดังกล่าว อีกทั้งยังเป็นภาพลักษณ์เก่า ๆ เกี่ยวกับเมือง ในขณะเดียวกัน เมืองคู่แข่งคือ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ได้ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางของแถบประเทศสแกนดิเนเวีย จึงทำให้กรุงโคเปนเฮเกนต้องปรับแบรนด์ของตนเอง หลังจากกระบวนการวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาแบรนด์ที่มีหน่วยงานท้องถิ่นทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้าร่วมใน ค.ศ. 2009 จึงได้มีการประกาศแบรนด์และแคมเปญที่มีชื่อว่า “cOPENhagen – Open for you” ซึ่งสื่อถึงความเปิดกว้างกับทุก ๆ คน ไม่ว่าจะเป็นผู้อยู่อาศัย นักท่องเที่ยว ธุรกิจการลงทุน ฯลฯ โดยมีการออกแบบโลโก้และเครื่องหมายต่าง ๆ ที่บริษัทห้างร้าน พิพิธภัณฑสถานทางวัฒนธรรม และหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมใช้ในงานของตนเอง เพื่อสื่อถึงแบรนด์ใหม่ของเมือง มีการทำคู่มือเว็บไซต์และสื่อต่าง ๆ เพื่อให้การใช้งานเป็นไปได้ง่ายและสอดคล้องกัน

อีกตัวอย่างหนึ่งคือเมืองลียง (Lyon) ในประเทศฝรั่งเศส ซึ่งต้องแข่งขันกับเมืองอื่นในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกรุงปารีส ที่ผ่านมาจากเมืองลียงได้กิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การจัดแผน Plan Lumière หรือแผนส่องสว่างของเมืองมาตั้งแต่ ค.ศ. 1989 โดยจัดไฟส่องสว่างตามอาคารและพื้นที่สาธารณะกว่า 200 แห่งทั่วเมือง ต่อมาใน ค.ศ. 2007 องค์กรด้านการพัฒนาเศรษฐกิจหลายแห่งได้เห็นพ้องกันว่า เมืองลียงต้องสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง เพื่อแสดงความแตกต่างจากกรุงปารีสและเมืองอื่น ๆ ในฝรั่งเศสและยุโรป จึงดำเนินโครงการที่นำมาสู่การสร้างแบรนด์ที่เรียกว่า ONLYLYON ซึ่งสื่อถึงอัตลักษณ์ความพิเศษเป็นหนึ่งเดียวของเมือง และตั้งองค์กรเพื่อมาบริหารจัดการแบรนด์นี้โดยเฉพาะ และจัดสรรงบประมาณกว่า 6 แสนยูโรในปีแรก และ 1 ล้าน 5

แสนยูโรในปีต่อ ๆ มา เพื่อให้องค์กรนี้ดำเนินงานด้านการส่งเสริมทรัพย์สินด้านเศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสภาพของเมือง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานของเมือง

การบริหารจัดการแบรนด์ ONLYLYON นี้มีองค์ประกอบหลัก 4 ส่วน ได้แก่ (1) การตลาดและโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชนทั่วไปและเครื่องมือการตลาดทางเว็บ (web marketing tool) โดยเฉพาะทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก (2) งานประชาสัมพันธ์ที่มีพื้นที่เฉพาะเจาะจงเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมและองค์ประกอบของเมืองที่โดดเด่นของเมืองลียง ทั้งงานแสงสีเสียง นวัตกรรม การผังเมืองและวัฒนธรรม (3) เครือข่ายทูต ONLYLYON ที่เดินทางไปยังทำงานหรือติดต่อธุรกิจในพื้นที่อื่น ๆ อยู่แล้ว ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมแบรนด์ ONLYLYON และ (4) ร่วมกิจกรรมกับเมืองอื่น ๆ ที่สำคัญในยุโรป เพื่อแพร่ขยายแบรนด์³⁸ การพัฒนาแบรนด์ของเมืองลียงถือว่าประสบความสำเร็จมาก ได้ทำให้เมืองได้รับการกล่าวถึงและความนิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยวและนักลงทุน

ส่วนในประเทศญี่ปุ่นก็ได้สร้างแบรนด์เมืองหรือจังหวัดด้วยการสร้างตุ๊กตาสัญลักษณ์หรือคาแรกเตอร์ที่เป็นตัวแทนของเมืองหรือพื้นที่นั้น ตัวอย่างที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับทั่วไปในประเทศไทยคือ คุณมะม่ง ซึ่งเป็นมาสคอตหมีเพศผู้ ซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นในจังหวัดคุมาโมะโตะทางภาคใต้ของญี่ปุ่นได้ออกแบบและเปิดตัวใช้ใน พ.ศ. 2553 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด เมืองอื่นในประเทศญี่ปุ่นก็ได้พัฒนาตุ๊กตาสัญลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นมา และใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบรนด์เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น กระบวนการสร้างแบรนด์ในบางเมืองได้เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและตัดสินใจ จึงเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคน รวมถึงความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบกับท้องถิ่นของตนอีกด้วย

แบรนด์เมืองท่องเที่ยว

แบรนด์เมืองท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแบรนด์สินค้าและบริการตรงที่มีองค์ประกอบหลากหลายกว่า และมีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นตัวตนของเมืองท่องเที่ยวนั้น เช่น ผู้คน สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และความปลอดภัย ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเกี่ยวเนื่องกันเพื่อประกอบกันเป็นแบรนด์เมืองท่องเที่ยวทั้งสิ้น ทั้งนี้ ความเป็นแบรนด์เมืองท่องเที่ยวอาจสร้างขึ้นผ่านช่องทางการสื่อสาร และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาพูดคุยระหว่างเพื่อนหรือบุคคลที่เคยไปท่องเที่ยวมาแล้ว หรือผ่านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

³⁸ SmartCitiesTeam (2013)

คำว่า “แบรนด์เมืองท่องเที่ยว” มีหลายนิยามด้วยกัน นิยามหนึ่งคือ แบรินด์จุดหมายปลายทางหรือแบรินด์เมืองท่องเที่ยวที่เป็นชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย คำพูด หรือรูปภาพที่ทั้งให้คำจำกัดความและแสดงความแตกต่างของเมืองจุดหมายปลายทาง และยังแสดงถึงค่านิยมสัญญาณของประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำอันเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของเมืองจุดหมายปลายทาง³⁹ อีกนิยามหนึ่งของแบรินด์เมืองท่องเที่ยวคือ เป็นคำหุรหุราที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงโดยรวมของประเทศ ที่กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มธุรกิจ กลุ่มวัฒนธรรม รัฐบาลและประชาสังคม ได้ร่วมกันผลักดันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น⁴⁰

แนวคิดการสร้างแบรินด์เมืองท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างแบรินด์เมือง (city branding) กล่าวคือ การสร้างแบรินด์เมืองเป็นการวางตำแหน่ง (positioning) ของเมืองให้มั่นคงท่ามกลางการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างเมืองหรือประเทศต่าง ๆ โดยที่เมืองจะต้องสร้างรูปแบบที่หนักแน่น มีแก่นที่แน่ชัดและนำไปสู่ความสนใจและความต้องการของผู้คนมากยิ่งขึ้น⁴¹ ตามแนวคิดนี้ แบรินด์ของเมืองท่องเที่ยวมีประโยชน์ในแง่ของการแข่งขัน โดยการสร้างความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ด้วยการนำเสนอตัวตนของเมืองที่ชัดเจน โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวที่ก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองระดับโลก (global city) การสร้างแบรินด์ที่ชัดเจนของเมืองยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ด้วย โดยภาคผนวกของรายงานนี้สรุปประสบการณ์ตัวอย่างในกรณีศึกษา 5 แห่งคือ เมืองนิวยอร์ก เมืองบาร์เซโลนา ฮองกง กรุงโซล และเมืองซินี

จากการประมวลแนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยวในข้างต้น สามารถสรุปโดยคร่าวได้ว่า เมืองท่องเที่ยวเป็นองค์รวมของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดจากการนำเสนอตัวตนของเมืองและการใช้พื้นที่เมืองอย่างเป็นระบบระเบียบ โดยที่รูปแบบและลักษณะของเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่นั้น ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันระหว่างเมืองระหว่างประเทศเพื่อดึงดูดการค้าและการลงทุน การแข่งขันระหว่างเมือง เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวนำไปสู่การใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ หนึ่งในนั้น คือการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์แบรินด์เมืองท่องเที่ยวที่เสริมสร้างความสามารถของเมืองในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ และสามารถสร้างรายได้ให้กับเมืองได้อย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

เมืองท่องเที่ยวเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว และการอยู่อาศัยและการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมของผู้อยู่อาศัยในเมืองทั่วไป การท่องเที่ยวจึงทำให้เมืองนั้นกลายเป็นศูนย์กลาง

³⁹ Richie and Richie (1998)

⁴⁰ Anholt (2008)

⁴¹ Mommas (2003)

การบริการที่ต้องการแรงงานสนับสนุนเป็นจำนวนมาก กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองอาจมีช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป ทำให้เมืองท่องเที่ยวอาจมีความคึกคักตลอด 24 ชั่วโมง กิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในหลายรูปแบบในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้การใช้สอยพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยวจึงเป็นไปอย่างหลากหลายและมีความคุ้มค่า

แนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวกำหนดได้ตามเกณฑ์การพัฒนาใน 5 ด้าน⁴² ดังนี้

- 1) **เกณฑ์การพัฒนาตามสภาพภูมิประเทศ** การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวตามสภาพภูมิประเทศแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ (1) พื้นที่ที่ไม่สร้างข้อจำกัดหรืออุปสรรคต่อการพัฒนาตามทิศทางที่กำหนดไว้ เช่น พื้นที่ชุ่มน้ำ ชายหาดสาธารณะ พื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม เขตเกษตรกรรมขั้นดี ป่าไม้ แม่น้ำ และ (2) พื้นที่ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตและมีการจัดลำดับการพัฒนาที่เหมาะสมจากความเหมาะสมมากไปหาความเหมาะสมน้อย เช่น ตำแหน่งที่ตั้ง ระดับการให้บริการสาธารณสุขโภชนาการ ฯลฯ
- 2) **เกณฑ์การพัฒนาด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน** การพัฒนาด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินแบ่งตามศูนย์กลาง 3 ประเภท คือ (1) ศูนย์กลางนันทนาการและบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว มีลักษณะเรียงตัวเป็นเส้นต่อเนื่องกัน เป็นย่านที่มีความเชื่อมระหว่างพื้นที่ภายนอกกับด้านในของอาคารอย่างกลมกลืนกัน (2) ศูนย์กลางที่พักของนักท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงบริการสนับสนุนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น ศูนย์การค้า สำนักงาน ฯลฯ และ (3) ศูนย์กลางที่อยู่อาศัยของประชากรเมืองที่มีองค์ประกอบของความเป็นชุมชนครบถ้วนและกระจายตัวกันไปในแต่ละส่วนของเมืองในลักษณะของศูนย์กลางชุมชนย่อย ทั้งนี้ ศูนย์กลางนันทนาการและบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยวกับศูนย์กลางที่พักของนักท่องเที่ยวอาจรวมเป็นศูนย์กลางเดียวกันได้ แต่ต้องแยกกับศูนย์กลางที่อยู่อาศัยของประชากรเมือง เนื่องจากมีความต้องการเชิงพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานที่แตกต่างกัน
- 3) **เกณฑ์การพัฒนาด้านระบบขนส่งสาธารณะ** ระบบคมนาคมขนส่งในเมืองท่องเที่ยวต้องสะดวกทั้งในระดับภูมิภาคและระดับเมือง ศูนย์กลางแต่ละแห่งต้องเชื่อมโยงกับเส้นทางและระบบคมนาคมขนส่งระดับภาคอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแยกยานพาหนะแบบมีเครื่องยนต์กับยานพาหนะเบา เช่น ระบบขนส่งมวลชนและการเดินได้อย่างสอดคล้องกับกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ ศูนย์กลางนันทนาการและบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นอาคารหรือแปลงที่ดินเรียงตัวกันตามแนวถนนสายหลักที่ทำหน้าที่เป็นทั้งเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในระยะไม่เกิน 2 ระยะเดินเท้า และใช้สำหรับการเข้าถึงกิจกรรมสองข้างทาง มีความกว้างไม่น้อยกว่า 16 เมตร ร่มรื่น และสามารถมองเห็นได้ตลอดตั้งแต่หัวถนนถึงท้ายถนน จัดเป็นถนนคนเดินตลอดเวลาหรือบางเวลา สนับสนุนการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนและการเดิน

⁴² พนิต ภูจินดา และ ยศพล บุญสม (2559)

เท้า ด้านปลายสุดอาจเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายระหว่างระบบสัญญาณจราจรเข้ากับระบบคมนาคมขนส่งแบบมีเครื่องยนต์ ส่วนเส้นทางสำหรับการลำเลียงสินค้าและวัตถุดิบเพื่อการท่องเที่ยว ควรอยู่หลังอาคาร เส้นทางทุกเส้นควรมีความชัดเจนตรงไปตรงมาและสามารถใช้งานได้หลากหลายประโยชน์ อีกทั้งยังต้องมีความกว้างมากพอที่จะรองรับการขนส่งในยามฉุกเฉินได้ด้วย

- 4) **เกณฑ์การพัฒนาพื้นที่โล่งสาธารณะ** พื้นที่โล่งสาธารณะเป็นพื้นที่สำหรับสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับกิจกรรมต่าง ๆ และใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ และเพื่อป้องกันภัยพิบัติ โดยจัดวางพื้นที่ให้เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์กลางทั้ง 3 แห่งในตำแหน่งที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย พื้นที่โล่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ ส่วนพื้นที่โล่งสาธารณะสำหรับประชากรเมืองอาจมีลักษณะกระจายตัวไปในชุมชนต่าง ๆ ตามลำดับศักระยะ
- 5) **เกณฑ์การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ** เนื่องจากเมืองท่องเที่ยวมีผู้ใช้งานในพื้นที่ 2 กลุ่มที่ต้องการสาธารณูปโภคสาธารณูปการที่แตกต่างกัน จึงต้องแยกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศูนย์กลางนั้น ทนทานการและบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงที่พักของนักท่องเที่ยวจะต้องมีสาธารณูปโภคมากกว่าความต้องการปกติ ส่วนสาธารณูปการต้องการการบริการขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานสากลและตั้งอยู่ในตำแหน่งที่คนต่างถิ่นสามารถเข้าถึงได้สะดวก ส่วนที่อยู่อาศัยของประชากรจะเน้นการบริการที่ได้มาตรฐานสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน มีสาธารณูปการกระจายตัวไปตามศูนย์กลางชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการพื้นฐานได้อย่างสะดวก รวมถึงการเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพลังงานทดแทนและการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ด้วย

นอกจากการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแล้ว การออกแบบพื้นที่เมืองถือว่าเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาเมืองให้มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์และความสวยงามที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว⁴³ การออกแบบเมืองโดยทั่วไปมีหลักการสำคัญอยู่พอสมควร ซึ่งเกินขอบเขตของการทบทวนวรรณกรรมนี้ แต่ก็มีพื้นฐานบางประการที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบเมืองท่องเที่ยว⁴⁴ ดังนี้

1. การพัฒนาเนื้อเมืองและอาคารที่เหมาะสม โดยกำหนดประเภทอาคารและปรับเปลี่ยนการใช้งานอาคารให้สอดคล้องกับการพัฒนาที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม อาคารเก่าที่มีเอกลักษณ์ต้องรักษารายละเอียดของสถาปัตยกรรมและเพิ่มกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชน ส่วนอาคารทั่วไปสามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตามความเหมาะสม หากเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรกำหนดระยะถอยร่นแนวอาคารสูงให้ห่างจากแหล่งธรรมชาติพอสมควร เช่น ห่างจากชายหาดไม่น้อยกว่า

⁴³ ธงชัย โรจนกันนท์ (2557)

⁴⁴ พนิต ภูจินดาและยศพล บุญสม (2559)

50 เมตร เพื่อความปลอดภัยเมื่อเกิดภัยพิบัติ รวมถึงการออกแบบอาคารต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่นั้น ๆ

2. การพัฒนาการเชื่อมต่อและทางสัญจร อาจเพิ่มพื้นที่สัญจรทางเท้าและทางจักรยาน เพื่อลดปริมาณการใช้รถยนต์ รวมถึงปรับปรุงเส้นทางขนส่งสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงพื้นที่ได้ง่าย นอกจากนี้ อาจสร้างพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างการเดินทางรูปแบบต่าง ๆ เช่น ระหว่างทางเดินทางเท้ากับที่จอดรถสำหรับผู้ขับขีรถยนต์ ทั้งนี้ หากมีอาคารสูง ควรมีทางเท้ายกระดับเพื่อเชื่อมอาคารสูงเข้ากับระบบขนส่งสาธารณะเพื่อให้การเดินทางมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
 3. การพัฒนาพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวในเมืองทำให้เมืองมีความร่มรื่น น่าอยู่ น่าเดินมากขึ้น การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมือง ส่วนหนึ่งเพื่อการลดเกาะความร้อนในเมือง (urban heat island) โดยใช้พื้นที่โล่งว่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์และใช้เป็นพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะเพื่อทำกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้เป็นพื้นที่หนองน้ำ พื้นที่ซึมน้ำ และบำบัดน้ำโดยวิธีธรรมชาติ รวมถึงใช้เป็นพื้นที่ป้องกันการรุกรานพื้นที่ธรรมชาติและภัยพิบัติด้วย
- การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอาจเพิ่มองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น การสร้างจุดหมายตา (landmark) เพื่อสร้างภาพจำให้กับเมือง การออกแบบองค์ประกอบถนน (street furniture) ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ของเมืองไปพร้อมกับเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ทางเดินเท้า ฯลฯ

การออกแบบเมือง (urban design) เริ่มมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว เมื่อการท่องเที่ยวพัฒนาสู่การเป็นธุรกิจการท่องเที่ยว (tourism industry) อย่างเต็มรูปแบบ โดยเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของธุรกิจการท่องเที่ยว 3 ส่วนด้วยกัน คือ สิ่งดึงดูดใจ การบริการจากอุตสาหกรรม และการบริการสาธารณะ⁴⁵ เมื่อเมืองพัฒนาขึ้นเป็นเมืองท่องเที่ยว การออกแบบเมืองที่ตอบสนององค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวจะมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมืองโดยรวมเสมอ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรง โครงสร้าง ภูมิทัศน์ รวมถึงภาพลักษณ์ของเมือง อีกทั้งกระแสโลกาภิวัตน์ได้ผลักดันให้หลายเมืองก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองระดับโลก (global city) ผ่านการท่องเที่ยว จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันด้วยการก่อสร้างอาคารและสถาปัตยกรรมขึ้นใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นการสร้างสรรค์สัญลักษณ์ให้กับเมืองด้วยความเชื่อที่ว่าเมืองที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดจินตภาพได้ดี (image-ability) ย่อมเกิดจากการออกแบบและวางแผนเพื่อจัดระเบียบสภาพแวดล้อมให้เกิดสัญลักษณ์ของเมือง โดยไม่ปล่อยให้ไปไปตามสภาพการณ์ที่ไร้ระเบียบแบบแผน ขณะเดียวกัน ก็อนุรักษ์สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมไปพร้อมกับการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่เป็น

⁴⁵ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2555)

สัญลักษณ์ใหม่ของเมือง ด้วยการท่องเที่ยวยุคปัจจุบันมุ่งเน้นประสบการณ์การท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เป็นหลัก จึงต้องอาศัยการประกอบสร้างองค์ประกอบเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำที่นำไปสู่การเกิดระบบโน้ตทัศน์หรือเป็นจินตภาพของเมือง

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวมี 3 รูปแบบสำคัญ⁴⁶ ดังนี้

การออกแบบเมืองเพื่อจินตภาพสาธารณะของเมือง

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมุ่งเน้นการสร้างจินตภาพสาธารณะของเมือง โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ เส้นทาง (path) เส้นขอบ (edge) ย่าน (district) ชุมทาง (node) และภูมิสัญลักษณ์ (landmark) หากจัดระเบียบอย่างเหมาะสม ก็ย่อมจะก่อให้เกิดคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ (identity) เชิงโครงสร้าง (structure) และเชิงความหมาย (meaning) ที่นำไปสู่การเกิดจินตภาพของเมืองตามที่เควิน ลินช์ (Kevin Lynch) เสนอไว้ในหนังสือชื่อ The Image of The City⁴⁷ จินตภาพสาธารณะที่เกิดขึ้นในเมืองอย่างกรุงลอนดอนกับกรุงปารีส ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่ดี เนื่องจากความแตกต่างในการวางผังด้วยการใช้เส้นทางและภูมิสัญลักษณ์ ทำให้ผู้มาเยือนเกิดโอกาสการรับรู้และเกิดจินตภาพที่แตกต่างกัน หรือการสร้างโอกาสการรับรู้

ความเชื่อในแนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของการตัดสินใจในการออกแบบและพัฒนาเมืองที่อาจมีข้อโต้แย้งได้ เช่น การให้ความสำคัญกับงานสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าอย่างเช่น โลหะปราสาท ทำให้ต้องรื้อถอนโรงภาพยนตร์ศาลาเฉลิมไทยออก และปรับปรุงพื้นที่บริเวณนั้นทั้งหมดเพื่อก่อสร้างพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ นับเป็นการเปิดมุมมองและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงวัดราชชนิตดาราม โลหะปราสาท และเชื่อมต่อกับจุดสำคัญอื่น ๆ ในบริเวณถนนราชดำเนินหรือเกาะรัตนโกสินทร์ โครงการออกแบบและพัฒนาเมืองในรูปแบบนี้อาจสร้างความต่อเนื่องของเส้นทางท่องเที่ยว โดยสร้างความเชื่อมโยงในระยะใกล้ระหว่างกิจกรรมประเภทเดียวกันด้วยทางเดินในสวน หรือการขนส่งแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีพื้นที่กิจกรรมกลางแจ้งกระจายอยู่ทั่วทั้งศูนย์กลางเมือง ซึ่งต่อเนื่องกลมกลืนทั้งกิจกรรมภายในและภายนอกอาคาร รวมถึงมองเห็นต่อเนื่องกันได้ตลอดทั้งย่านหรือพื้นที่ท่องเที่ยว การออกแบบดังกล่าวจะทำให้พื้นที่กลางเมืองสามารถใช้งานได้ทุกสภาวะอากาศและตลอดช่วงเวลาของวัน⁴⁸ อย่างไรก็ตาม แนวคิดในการออกแบบดังกล่าวก็สื่อถึงการตัดสินใจเลือกระหว่างสถาปัตยกรรมรูปแบบหนึ่งกับอีกรูปแบบหนึ่ง ตามความเชื่อหรือความนิยมของคนที่มีอำนาจในการตัดสินใจในแต่ละยุคสมัยนั้น

⁴⁶ วิมลสิทธิ์ ทรียงกูร (2554) และ วิมลสิทธิ์ ทรียงกูร (2557)

⁴⁷ Lynch (1960)

⁴⁸ พณิต ภูจินดา และยศพล บุญสม (2559)

การออกแบบเมืองเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมือง

อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม รวมถึงย่านชุมชนเก่าที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ควรแก่การอนุรักษ์ไว้เพื่อสะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์ของเมือง รวมถึงพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาและจิตวิญญาณของชาวชุมชนเมือง หากมีคุณค่าตามเกณฑ์มาตรฐานสากลในด้านการอนุรักษ์ก็อาจเสนอให้องค์การยูเนสโกพิจารณารับขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกต่อไปได้ การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใส่ลงไปในพื้นที่เก่าเพื่อทดแทนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ลดลง⁴⁹ การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองไปพร้อมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมในหลายประเทศ ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมการออกแบบเมืองบางอย่างอาจเกิดขึ้นภายใต้การรักษาความจริงแท้ (authenticity) และคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมให้มากที่สุด การออกแบบเมืองเพื่อการฟื้นฟูเมืองมี 3 แบบ คือ การรื้อถอนและสร้างขึ้นมาใหม่ (urban redevelopment) การปรับปรุงพื้นที่ (urban rehabilitation) และการอนุรักษ์ (urban conservation) สำหรับเฉพาะด้านการอนุรักษ์มีทางเลือกของแนวทางการพัฒนาที่อาจจะสรุปได้ 5 รูปแบบด้วยกัน⁵⁰ ดังนี้

1. การใช้รูปแบบอาคารดั้งเดิม เป็นการพัฒนาอาคารใหม่โดยใช้รูปแบบอาคารดั้งเดิม คล้ายคลึงกับการบูรณะที่จะต้องเก็บหลักฐานของอาคารเดิมอย่างครบถ้วน
2. การใช้รูปแบบอาคารข้างเคียง เป็นการสร้างอาคารใหม่หรือปรับปรุงอาคารเดิมที่มีอยู่ให้มีรูปแบบหรือรายละเอียดเหมือนกับอาคารข้างเคียงในย่านเดียวกันเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกันมากขึ้น
3. การเคารพองค์ประกอบของอาคารสำคัญ เป็นการนำองค์ประกอบเด่นชัดของอาคารสำคัญมากำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบอาคารที่จะสร้างขึ้นใหม่หรือที่จะปรับปรุงให้ดูเป็นกลาง ๆ ไม่ขัดแย้งกับสภาพแวดล้อม
4. การใช้บริบทของอาคารสำคัญ เป็นการทำความเข้าใจกับแนวคิดการก่อสร้างอาคารสำคัญของย่านแล้วนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบอาคารใหม่ ซึ่งอาจมีรูปแบบสมัยใหม่แต่ยังคงกลมกลืนกับพื้นที่
5. การสร้างความขัดแย้ง เป็นการออกแบบอาคารใหม่หรือปรับปรุงต่อเติมอาคารให้มีความแตกต่างจากอาคารสำคัญโดยสิ้นเชิง แต่รักษาขนาดหรือความสูงของอาคารไว้ไม่ให้ความใหญ่โตจนทำลายสภาพแวดล้อมโดยรวม

จะเห็นได้ว่าแต่ละทางเลือกจะเน้นการมolygonอนุรักษ์แบบเป็นองค์รวมและอาศัยความกลมกลืนในการออกแบบก่อสร้างหรือปรับปรุงอาคารสำคัญ วิธีการออกแบบในแต่ละทางเลือกก็มีความยากง่ายแตกต่างกัน ทั้งนี้ การเลือกแนวทางการพัฒนาอาจขึ้นอยู่กับบริบทของกลุ่มและผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในพื้นที่นั้นด้วย

⁴⁹ โครงการพิทักษ์มรดกสยาม (2555)

⁵⁰ ยงฉนิศร์ พิมลเสถียร (2556)

การออกแบบเมืองเพื่อเป็นสัญลักษณ์ใหม่ของเมือง

เมืองที่มีชื่อเสียงในระดับโลกมักจะมีอาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่มีความโดดเด่นทางสถาปัตยกรรมและใช้เป็นสัญลักษณ์ของเมืองที่เรียกว่า “สถาปัตยกรรมสัญลักษณ์” (iconic architecture) ส่วนใหญ่มักจะมีความสูงและขนาดที่แตกต่างจากบริบท ตัวอย่างเช่น หอไอเฟลแห่งกรุงปารีส อาคารโครสเลอร์ในนครนิวยอร์ก อาคารแฝดปิโตรนาส กรุงกัวลาลัมเปอร์ อาคารพิพิธภัณฑท์กุกเกนไฮม์ (Guggenheim) เมืองบิลเบา (Bilbao) ประเทศสเปน งานสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ที่มีความโดดเด่นจะทำให้เกิดภาพจำและเกิดเป็นจินตภาพสาธารณะของเมืองเช่นเดียวกับการออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบแรก บางเมือง สถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ได้กลายเป็นภูมิสัญลักษณ์ (landmark) ที่ผู้มาเยือนจดจำและใช้เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณเดียวกัน ส่งผลให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความต่อเนื่องและเกิดความเข้าใจในความเป็นเมือง (urbanism) ที่สะท้อนความคิด ความเชื่อ และเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งในอดีตและปัจจุบันของเมืองนั้น ๆ⁵¹

นอกเหนือจากสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ที่เป็นผลงานการออกแบบของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของแต่ละเมืองแล้ว การออกแบบเมืองที่มักใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ใหม่ของเมืองและดึงดูดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะก็คือ สถาปัตยกรรมแบบลอกเลียน (pseudo-places) ซึ่งมีตั้งแต่ระดับสิ่งก่อสร้างเดี่ยว ระดับกลุ่มอาคาร จนกระทั่งถึงระดับเมือง สิ่งก่อสร้างเหล่านี้ไม่ได้อิงอยู่กับความจริงแท้เท่าใดนัก แต่สามารถสร้างความนิยมจากนักท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะอิทธิพลของสื่อ ตัวอย่างเช่น เมืองจำลองที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ นักท่องเที่ยวเพียงแค่อายากมาเที่ยวชมและเปรียบเทียบกับฉากยอดนิยมในภาพยนตร์เท่านั้น หรือสนุกสนานเพลิดเพลินกับการแสดงออกซึ่งไลฟ์สไตล์หรือตัวตนผ่านการถ่ายภาพและใช้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นฉากหลัง เป็นต้น การใช้สถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนได้รับแรงสนับสนุนจากการยกเหตุผลทำนองว่า ผู้คนในอดีตก็สร้างอาคารที่มีสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกมากมายที่ไม่สัมพันธ์กับบริบทของไทย เช่น พระที่นั่งอนันตสมาคม เป็นต้น สถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนจึงไม่น่าจะเป็นปัญหาสำหรับการท่องเที่ยวแต่อย่างใด แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดทางประวัติศาสตร์แล้ว จะพบว่าสถาปัตยกรรมตะวันตกในอดีตเมื่อร้อยกว่าปีนั้นถูกสร้างขึ้นบนปัจจัยที่สัมพันธ์กับบริบททางการเมืองยุคล่าอาณานิคม แตกต่างจากสถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนในปัจจุบันที่สร้างขึ้นโดยตัดขาดจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง⁵² ส่งผลให้เมื่อหมดกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว สิ่งก่อสร้างเหล่านี้ก็จะกลายเป็นที่รกร้างหรือเมืองร้างดังเช่นเมือง Anting German Town เมืองท่องเที่ยวสไตล์เยอรมันในประเทศจีน เป็นต้น

⁵¹ ธงชัย โจนกนันทน์ (2557)

⁵² วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ (2559) ชาตรี ประกิตนันทการ (2559) และ โทมัส ศุขปรีชา (2559)

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวข้างต้นมีวัตถุประสงค์และเงื่อนไขในการใช้ออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ไม่มีสูตรตายตัวที่เจาะจงไว้ว่าควรจะใช้การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ควรใช้ผสมผสานกันเพื่อให้เกิดความกลมกลืน หากพิจารณาตามแนวคิดที่ว่า การสร้างความกลมกลืนเกิดจากการหลอมรวมกระบวนการพัฒนาซึ่งต้องมีทั้งพื้นที่สมัยใหม่ที่เป็นเรื่องของการพัฒนาเชิงวัตถุหรือกายภาพ การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของเมือง รวมถึงการยอมรับความหลากหลายของเมืองที่อาจมีลักษณะคล้ายคลึงกับซูเปอร์มาร์เก็ตหรือสมุดสะสมภาพ โดยการเปิดพื้นที่ให้กับความสนใจและอัตลักษณ์ของผู้คนที่หลากหลาย⁵³

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบแรกอาจเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี เนื่องจากการสร้างจินตภาพสาธารณะของเมืองจากการเปิดพื้นที่และเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของจอห์น เออร์รี่ ที่เสนอไว้ว่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเน้นหนักไปที่เรื่องกายภาพ⁵⁴ การท่องเที่ยวเป็นการบริโภคด้วยสายตา หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวรับใช้วัฒนธรรมทางสายตา อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับโรงมหรสพที่จำเป็นต้องลดทอนความเป็นจริงลงไปบ้าง เพื่อเพิ่มความสวยงามและความน่าตื่นตาตื่นใจ จินตภาพสาธารณะจึงเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ส่วนการออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอีกสองรูปแบบที่เหลือมีจุดร่วมที่คล้ายคลึงกัน คือ การคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมากขึ้น แต่มีข้อแตกต่างตรงที่แบบที่สองนั้นให้ความสำคัญกับความจริงแท้ (authenticity) น้อยลง แต่การอนุรักษ์มีความหมายและแข็งแกร่งมากพอที่จะใช้เป็นเหตุผลในการโต้แย้งกลุ่มผู้ลงทุนที่นิยมการรีเอนหรือไม่ใส่ใจกับปัญหาทัศนียภาพ ส่วนแบบสุดท้ายนับว่าเป็นความจริงแท้ที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่เพื่อสร้างการรับรู้จากการสร้างสรรค์สัญลักษณ์ใหม่ของเมืองท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นการลอกเลียนแบบมาเพื่อประกอบสร้างความจริงแท้ขึ้นใหม่ก็ตาม แต่กระนั้นก็ต้องอิงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมบ้าง เพื่อไม่ให้เกิดการรับรู้ที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงมากเกินไปนัก

ปัญหาที่พบในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

การที่พื้นที่เมืองบางแห่งได้ปรับตัวไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนบทบาทของศูนย์กลางด้านพาณิชย์กรรมให้เป็นศูนย์กลางการบริการท่องเที่ยว⁵⁵ และพึงพารายได้จาก “คนนอก” (นักท่องเที่ยว) ทดแทนหรือควบคู่กับรายได้จากคนในท้องถิ่น คุณประโยชน์สำคัญประการหนึ่งคือ การเพิ่มความหนาแน่นของกิจกรรมในเมืองจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวและแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองชั้นในที่เสื่อมโทรมไปตาม

⁵³ ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2552) Harvey (1990) และ ปิยะพงษ์ บุชบงก์ (2557)

⁵⁴ Urry (2002)

⁵⁵ ธงชัย โจนนันทน์ (2557)

กาลเวลา การฟื้นฟูเมืองด้วยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ จะช่วยเพิ่มความหนาแน่นและประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารเก่าให้สูงขึ้นแล้ว ยังช่วยให้เมืองมีชีวิตชีวาและเศรษฐกิจชุมชนกลับมาคึกคัก จากการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวและ นันทนาการรูปแบบต่าง ๆ ดังเช่นกรณีผู้ว่าการกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ตัดสินใจยกเลิกทางด่วนที่หมดสภาพและ พื้นฟูคลองโบราณที่มีชื่อว่า “ซองเกซอน” ให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ดึงดูดผู้คนทั้งผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยวในระดับโลก ส่งผลให้พื้นที่โดยรอบหันมาปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อมเมือง

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวและสร้างรายได้อาจสร้างผลกระทบเชิงลบ ตามมาได้เช่นกัน ปัญหาหนึ่งคือพื้นที่ของผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมมีแนวโน้มลดลง บางส่วนถูกเบียดขับออกไปสู่พื้นที่นอก เมืองเนื่องจากมีค่าครองชีพที่ต่ำกว่าเมืองท่องเที่ยว เช่น เมืองหลวงพระบาง เป็นต้น รวมถึงถูกเบียดใช้ สาธารณูปโภคที่มีอยู่อย่างจำกัดและส่งผลให้เมืองเริ่มไม่น่าอยู่ขึ้นทุกขณะ ผลกระทบดังกล่าวเรียกว่า “เจนทริฟิเคชัน” (gentrification) ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงสังคมที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพ ที่สำคัญ หากการพัฒนาเมืองไร้การควบคุมทางผังเมืองอย่างรัดกุม การท่องเที่ยวจะเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดการ เติบโตแบบไร้ทิศทางและการกลายเป็นเมืองที่ปลดทอนความสมบูรณ์ของพื้นที่สีเขียวหรือพื้นที่เกษตรโดยรอบ และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารของเมือง

นอกจากการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดปัญหาด้านกายภาพของเมืองแล้ว ก็อาจมีปัญหาด้านสังคมด้วย คำว่า “เมืองที่ถูกเที่ยว” เป็นคำที่ใช้แทนภาพความเปลี่ยนแปลงในเชิงสังคมวิทยาของเมืองท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี⁵⁶ การ ออกแบบเมืองที่สร้างขึ้นเพื่อมุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวบางส่วนได้ก่อให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริงของเมือง หรือทำลายอัตลักษณ์เดิมของเมือง จนบางครั้งก่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานที่คลาดเคลื่อน ดังใน กรณีแหล่งท่องเที่ยวแบบลोकเลียนที่สร้างขึ้น เช่น ตลาดน้ำที่เมืองพัททยา เป็นต้น⁵⁷ การที่เมืองท่องเที่ยวคลาคล่ำ ไปด้วยนักท่องเที่ยว แรงงานต่างถิ่น และกลุ่มทุนจากภายนอกจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม อันเป็นเสน่ห์ของเมืองนั้น ๆ โดยเฉพาะรูปแบบความสัมพันธ์ของคนที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การตรึงราคาสินค้าของ พ่อค้าแม่ค้าเพื่อมุ่งขายให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก จนทำให้คนในท้องถิ่นไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ หรือการที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มทุนจากภายนอก⁵⁸ ส่งผล ให้ท่าทีของคนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับผู้มาเยือนและกลุ่มทุนจนเกิดปัญหาความขัดแย้งในที่สุด เป็นต้น

⁵⁶ อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2559)

⁵⁷ ธงชัย โรจนนันทน์ (2557)

⁵⁸ ปิยะพงษ์ บุชบงก์ (2557)

อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงในเชิงสังคมวิทยาใช้ว่าจะมีแต่โทษเสมอไป หลายเมืองสามารถใช้การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในการพัฒนาเมืองและกระจายความเจริญสู่ศูนย์กลางเมืองในภูมิภาค ส่งผลให้มีพื้นที่สาธารณะที่ตอบสนองความต้องการของคนหลายกลุ่ม สร้างความมีชีวิตชีวา และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในเมือง ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงเอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมเอาไว้ได้เป็นอย่างดี เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น แม้ว่าบางแห่งจะไม่สามารถคงสภาพสังคมและวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ แต่การออกแบบเมืองเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์ของย่านจะช่วยให้เกิดการรักษามรดกความทรงจำและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงเป็นการผสมผสานสังคมแบบร่วมสมัยให้เกิดขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวได้⁵⁹ นอกจากนี้ เมืองท่องเที่ยวหลายแห่งยังรู้จักใช้การออกแบบเมืองในการสร้างการจดจำให้กับเมือง ในระดับโลกได้ เช่น เมอร์ไลออน ประเทศสิงคโปร์ ลอนดอนอาย ประเทศอังกฤษ เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัญหาด้านกายภาพของเมืองที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัญหาเชิงสังคมในเมืองท่องเที่ยวอย่างแยกกันไม่ออก เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดความขัดแย้งและการต่อต้านทางสังคมได้เช่นกัน ตัวอย่างดังในกรณีผู้อาศัยในย่านเที่ยงบาร์ของประเทศไทยที่เริ่มลุกขึ้นมาต่อต้านและแสดงออกในลักษณะว่า ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่เพื่อไม่ให้กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวโดยที่ผู้อยู่อาศัยเดิมอยู่ไม่ได้⁶⁰

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยว รวมถึงแนวทางการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า หัวใจสำคัญของเมืองท่องเที่ยวก็คือการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นตามความต้องการที่เปลี่ยนไปเสมอของนักท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความเหมาะสมและเป็นธรรมต่อผู้อยู่อาศัยในเมืองด้วย การพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้วแต่มีผลต่อสภาพแวดล้อมของเมืองโดยรวมเสมอไม่มากนักน้อย ไม่ว่าจะในแง่ของรูปทรง โครงสร้าง ภูมิทัศน์ รวมถึงภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวที่ปรากฏต่อสายตานักท่องเที่ยว ดังนั้น เมืองท่องเที่ยวจึงต้องมีเครื่องมือที่เรียกว่า “แนวทางการออกแบบ” (design guidelines) เพื่อใช้ในการควบคุมในรายละเอียดของการพัฒนาทางกายภาพทั้งหมด นอกเหนือจากการจัดทำแผนและผังแสดงแนวคิดเพื่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวในองค์รวมดังที่กล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้

⁵⁹ เอกอนันต์ จันทร์เหี่ยม (2547)

⁶⁰ พศุตม์ ลาตุษะ (2559)

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทย

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทยโดยตรงมีอยู่ไม่มากนัก ตัวอย่างเท่าที่สืบค้นมาได้บางส่วนมีดังนี้

เทียมสุรย์ สิริศรีศักดิ์ และกฤษณะ แพทย์จะเกร็ง (2559) ได้ปริทัศน์สถานภาพความรู้เรื่องความเหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยว ผลการศึกษาบางส่วนพบว่า ช่องว่างของงานวิจัยเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยวมี 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านความเท่าเทียมทางเพศ ด้านผู้สูงอายุและคนพิการ และด้านแรงงาน นอกจากนี้เมื่อเชื่อมโยงประเด็นความเหลื่อมล้ำจากการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไทยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญทางด้านรายได้และเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลต่อการสร้างความเหลื่อมล้ำในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและมลพิษ ด้านแรงงาน และด้านความเท่าเทียมทางเพศ ซึ่งความเหลื่อมล้ำทางด้านแรงงานส่วนหนึ่ง สามารถส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความเท่าเทียมทางเพศ และทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น โอกาสการจ้างงาน และการดำเนินกิจกรรมตามวิถีชีวิตของแรงงานต่างถิ่นที่ย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เมืองท่องเที่ยว เป็นต้น โดยการพัฒนาทางด้านกายภาพและโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อความเหลื่อมล้ำด้านผู้สูงอายุและคนพิการ และด้านพื้นที่สีเขียวและพื้นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่และบริการสาธารณะ และการพัฒนาที่ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับผลประโยชน์ที่ท้องถิ่นได้รับจากการท่องเที่ยว เป็นต้น

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ม.ป.ป.) ได้จัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตอนกลางและจัดแผนที่กลุ่มเมืองท่องเที่ยว โดยการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้ง 3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีการศึกษาและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการคัดเลือกจังหวัดที่มีความพร้อมสูงซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรองเพื่อจัดทำแผนที่กลุ่มเมืองท่องเที่ยว ผลการศึกษาในแต่ละเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ แบ่งเมืองหลักและเมืองรองตามจุดเด่นที่นำเสนอในแต่ละด้าน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยววิถีถิ่น การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย เป็นต้น ทั้งนี้ ก่อนการแบ่งเมืองหลักเมืองรองด้วยการจัดทำแผนที่กลุ่มเมืองท่องเที่ยวตามจุดเด่นในแต่ละประเด็น ได้วิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่และจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

Niramansakul (2011) ได้ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวไทยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวไทยทั้งในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ในระดับดีขึ้นไป คือ สีสนของชีวิตยามค่ำ

คืบ คุณภาพของโรงแรม/ที่พัก ความเจริญทางเศรษฐกิจ สินค้าและแหล่งซื้อของ รสชาติอาหาร สถานบริการและสถานบันเทิง ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว การย้ายเข้าและอาศัยของคนต่างถิ่น และสภาพภูมิอากาศ ส่วนภาพลักษณ์แบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทยในระดับไม่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ การจัดการความวุ่นวายทางการเมือง การจัดการปัญหาเสพติด การจัดการปัญหาการขายบริการทางเพศ และการจัดการปัญหาขอทาน/เร่ร่อน นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์แบรนด์เมืองท่องเที่ยวมี 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรการรับรู้ภาพลักษณ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี (2) ปัจจัยด้านสภาพสังคมและวัฒนธรรมของเมืองท่องเที่ยว (3) ปัจจัยด้านบรรยากาศและการจัดระเบียบของเมืองท่องเที่ยว และ (4) ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและความน่าอยู่อาศัยของเมืองท่องเที่ยว ล้วนแต่มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง

สรุปท้ายบท

เนื้อหาในบทนี้ได้ทบทวนแนวคิดพื้นฐานที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ทั้งแนวคิดเมืองในฐานะที่เป็นพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวและแนวคิดเมืองท่องเที่ยว ไปจนถึงแนวคิดการสร้างแบรนด์ของเมืองที่มุ่งพัฒนารูทกิจท่องเที่ยว และการออกแบบและพัฒนาเมือง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการรับมือและป้องกันปัญหาที่มักเกิดขึ้นกับเมืองที่ได้รับความนิยมด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น แนวคิดเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานในการประมวลนโยบาย ยุทธศาสตร์และโครงการด้านการท่องเที่ยวที่ข้องกับการออกแบบและพัฒนาเมืองในประเทศไทย และการนำเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาและออกแบบเมืองในกรณีศึกษาต่อไป

บทที่ 3 นโยบายและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวไทย

เนื้อหาบทนี้นำเสนอผลการทบทวนและประมวลความรู้เกี่ยวกับภาพรวมด้านนโยบายและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่ (1) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการหลักในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว และ (2) ประมวลภาพรวมของประเด็นปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผลลัพธ์จากการทบทวนและประมวลความรู้ในส่วนนี้จะชี้ให้เห็นถึงช่องว่างของการพัฒนาเมืองกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวม และทราบถึงประเด็นที่สำคัญที่สามารถใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์ประเด็นความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวกรณีศึกษา ซึ่งจะนำเสนอในบทที่ 5 ถึง 7 ต่อไป

ภาพรวมนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเมือง

บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวในการเปลี่ยนแปลงของเมืองสามารถวิเคราะห์ได้จากหลายมุมมองด้วยกัน มุมมองหนึ่งคือ การวิเคราะห์ว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเมืองไปในรูปแบบใดบ้าง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพของเมือง ทั้งในเมืองขนาดใหญ่และเมืองขนาดเล็ก ไปจนถึงหมู่บ้านและชุมชนชนบท อีกมุมมองหนึ่งคือการวิเคราะห์นโยบายของรัฐด้านการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับการพัฒนาเมือง โดยตั้งคำถามว่า การพัฒนาเมืองให้รองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในฐานะสาขาเศรษฐกิจหลักเกิดขึ้นเมื่อใด มีลักษณะเป็นอย่างไร และหน่วยงานใดบ้างที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายนี้

การท่องเที่ยวปรากฏอยู่ในนโยบายของรัฐบาลตั้งแต่ พ.ศ. 2492 เมื่อสำนักนายกรัฐมนตรีโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ ต่อมาภายหลังใน พ.ศ. 2502 เปลี่ยนชื่อเป็น องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อศท.) โดยทำหน้าที่ออกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงการก่อตั้งบริษัทการบินไทยด้วยการร่วมทุนกับสายการบินสแกนดิเนเวียใน พ.ศ. 2503 ทั้งนี้ ก่อนหน้าที่ประเทศไทยจะมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐบาลไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านทางกระบวนการที่เรียกว่า “นโยบายพัฒนา” โดยตั้งกรรมการและเสนอแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น 3 เรื่องหลัก ได้แก่ (1) งานโฆษณาชักชวนการท่องเที่ยว (2) งานรับรองนักท่องเที่ยว และ (3) งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยว

สถานะของการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นส่วนเสี้ยวที่สำคัญอย่างแท้จริงเมื่อเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ซึ่งมุ่งเน้นการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมกิจการด้านโรงแรมผ่านนโยบายส่งเสริมการลงทุน การดำเนินนโยบายในช่วงนี้ทำตามข้อเสนอแนะของธนาคารโลกที่เสนอให้ประเทศในโลกที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันตก นอกจากนี้ ในช่วงรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์

ต่อกับรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร (พ.ศ. 2505-2518) ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาอยู่ในขั้นดีมาก รัฐบาลไทยได้อนุญาตให้สหรัฐอเมริกามาตั้งฐานทัพในประเทศไทยเพื่อส่งทหารอเมริกันไปร่วมรบในสงครามเวียดนาม การตั้งฐานทัพในประเทศไทยก่อให้เกิดสถานที่พักผ่อนและความบันเทิงประเภทไนต์คลับ สถานอาบอบนวด บาร์เบียร์ รวมถึงโรงแรมสำหรับทหารอเมริกันในบริเวณโดยรอบฐานทัพ เช่น อำเภอตากลิ จังหวัดนครสวรรค์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี จังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา ประเทศไทยจึงกลายเป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและความบันเทิงของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในขณะเดียวกัน กรุงเทพมหานครก็รองรับนักท่องเที่ยวถึงปีละ 71,000 คน จนกระทั่งใน พ.ศ. 2516 ประเทศไทยสามารถเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ถึง 1 ล้านคน การท่องเที่ยวในยุคนี้เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนที่ขยายตัวเป็นพื้นที่เมืองมาจนถึงปัจจุบัน

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) รัฐบาลบรรจุนโยบายการท่องเที่ยวสมัยใหม่หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยใน พ.ศ. 2518 รัฐบาล ม.ล. เสนีย์ ปราโมช ได้ระบุนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลเป็นครั้งแรก ต่อมา ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 -2524) รัฐบาลได้จัดทำแผนการท่องเที่ยวฉบับแรกของประเทศไทย โดยกำหนดเป้าหมายให้เพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 11 รัฐบาลได้ลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถึงร้อยละ 30 ของการลงทุนภาครัฐทั้งหมด แสดงให้เห็นชัดเจนว่า รัฐบาลใช้ธุรกิจภาคการบริการเป็นตัวนำหนึ่งในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

จุดเปลี่ยนสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอีกครั้ง เมื่อได้ยกฐานะขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน พ.ศ. 2522 และได้จัดทำแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด โดยเริ่มที่จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแรก ปีต่อมาได้ประกาศให้ประเทศไทยเป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) จนกระทั่งถึง พ.ศ. 2526 สมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ แม้ว่าไม่มีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ แต่ก็ได้ระบุในนโยบายเศรษฐกิจว่า ต้องพัฒนาระบบขนส่งทางอากาศให้ตอบสนองต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว ต่อมาใน พ.ศ. 2529 ได้ประกาศนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายเศรษฐกิจ เพื่อกระตุ้นการจ้างงานในประเทศและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศมากขึ้น

ในปีแรกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) รัฐบาลประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 2 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากกว่า 5 ล้านคนใน พ.ศ. 2533 แม้ว่าหลังจากรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นต้นมา เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้ง แต่นโยบายการท่องเที่ยวไม่เปลี่ยนแปลงเท่าใดนัก การเปลี่ยนแปลงเริ่มขึ้นใน พ.ศ. 2535 เมื่อรัฐบาลนายชวน หลีกภัย ได้ประกาศให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาค สนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวมากขึ้น และระบุว่า จะดำเนินนโยบายป้องกันและแก้ไขผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมเป็นครั้งแรก หลังจากรัฐบาลชวน หลีกภัย

นโยบายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ จนกระทั่ง พ.ศ. 2541 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเริ่มรณรงค์แคมเปญการท่องเที่ยว Amazing Thailand 1988-1999 เป็นครั้งแรก ในช่วงเดียวกันนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เพิ่มขึ้นเป็น 9 ล้านคน

ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 สมัยรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร เป็นต้นมา ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลมากขึ้นในด้านการหารายได้ รัฐบาลได้จัดตั้งองค์กรใหม่หลายแห่งเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์กรการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดดจาก 15 ล้านคนเป็น 20 ล้านคนภายใน 5 ปี รวมถึงการเร่งรัดการเปิดตลาดนักท่องเที่ยวรายได้สูงผ่านโครงการ Thailand Elite Card ตั้งแต่ พ.ศ. 2546 ด้วย

ในช่วง พ.ศ. 2546-2557 ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาภัยพิบัติจากโรคระบาด วิกฤตการณ์การเงินโลก รวมถึงปัญหาการเมืองภายในประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวหดตัวเป็นระยะ ๆ แต่ในขณะเดียวกัน โครงสร้างพื้นฐานหลายด้านของประเทศก็ขยายกำลังรองรับปริมาณการท่องเที่ยว อาทิ การเปิดใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน การเปิดใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมถึงออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวควบคู่กัน จนกระทั่งใน พ.ศ. 2558 บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มดีขึ้นจากการเดินทางทำตลาดเชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวและเป็นอีกแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย อย่างไรก็ตาม ตลาดนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นสำคัญ ในปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยถึงกว่า 10 ล้านคนต่อปี คิดเป็น 2 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ข้อสำคัญคือ ปริมาณนักท่องเที่ยวจีนเติบโตอย่างก้าวกระโดดทุกปี ในขณะที่กำลังรองรับยังไม่ได้เพิ่มมากขึ้นเท่าใดนัก

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2540-2544) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ที่สอดคล้องกับศักยภาพทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ⁶¹

ส่วนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เริ่มมีนโยบายการพัฒนาเมืองให้มีขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวชัดเจนขึ้น โดยกำหนดให้มียุทธศาสตร์หลักว่าด้วยการพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจโดยเฉพาะ ส่วนภาคการท่องเที่ยวยังคงเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การสร้าง

⁶¹ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2556); กาญจนา เทพแก้ว (2557)

เข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนดังเช่นเดิม แต่มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบให้เอื้อต่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจมากขึ้น⁶²

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในระดับประเทศไทย ในช่วงต้น ประกอบกับการสัมภาษณ์และพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวได้ดังนี้

- การพัฒนาเมืองให้รองรับการท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นอุตสาหกรรมเกิดขึ้นเมื่อรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) ต่อเนื่องถึงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) โดยรัฐบาลลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถึงร้อยละ 30 ของงบประมาณทั้งหมด เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในช่วงดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวเรื่อยมา จนกระทั่งจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวโดยตรง คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- การพัฒนาเมืองให้รองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมมุ่งเน้นการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาเมืองในภาพรวม ด้วยเหตุที่นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีถือเอาประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการตลาดด้วยการดึงดูดนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงขยายตัวอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การที่นักท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในเมืองหลักเพียงไม่กี่แห่ง ทำให้เมืองมีกำลังรองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ แม้ว่าในระยะหลังเริ่มมีการพัฒนาขยายขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยแบ่งเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศูนย์การท่องเที่ยวและเมืองบริวาร แต่กระนั้นก็ยังตามไม่ทันการเติบโตของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอยู่ดี จึงความแออัดและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตามมามากมาย จนเป็นที่มาของแนวคิดและการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเมืองให้รองรับการท่องเที่ยวตกอยู่กับหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็นหลัก มีเพียงส่วนน้อยที่นำโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในขณะที่การท่องเที่ยวก็ยังเป็นเพียงส่วนเล็กละเล็ก ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับการพัฒนาเมืองสำหรับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น ภาคอุตสาหกรรมการผลิต แม้ว่าในระยะหลังได้จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแล้วก็ตาม การพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวก็ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากอยู่นอกขอบเขตการดำเนินงานของกระทรวงฯ ทำได้ก็แต่เพียงการ

⁶² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560)

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น และทำหน้าที่เป็นหน่วยประสานงานภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

- ส่วนการพัฒนาเมืองหรือพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรงนั้น เป็นบทบาทขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) โดยรัฐบาลประกาศให้พื้นที่ที่มีศักยภาพสูงเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวและจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยเฉพาะ ซึ่งเห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมได้ในหลายพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การประกาศพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยังคงทับซ้อนกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และพื้นที่กลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย ทำให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองหรือพื้นที่ท่องเที่ยวล้กันกันอยู่พอสมควร
- ในปัจจุบัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงชุมชนก็เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ชุมชนเริ่มหันมาฟื้นฟูทรัพยากรชุมชนให้มีคุณภาพและมีชีวิตชีวามากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนเก่าที่เคยรุ่งเรืองในอดีตและยังคงหลงเหลือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่

บริบทหนึ่งของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคือนโยบายที่กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ โดยในที่นี่สามารถพิจารณาได้จากนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับตั้งแต่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 เป็นต้นมา โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2515-2519 ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2520-2534 ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2535-2544 และช่วงที่ 4 พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน ตามรายละเอียดดังนี้⁶³

ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2515-2519

ในช่วงแรกของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2502 ซึ่งรัฐบาลได้จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ.ส.ท.) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ยังไม่มีวี่แวงเด่นชัดมากนัก นโยบายยังคงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางระยะไกลมากกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักวางแผนการท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญโดยเดินทางผ่านเข้าไปในหลายประเทศ ทำให้ภาคบริการการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นและก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจอันเป็นแหล่งที่มาของรายได้เข้าสู่ประเทศ นอกเหนือจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมเพื่อเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงจุดท่องเที่ยวแล้ว รัฐบาลได้มุ่งเน้นพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันตกและภาคตะวันออก เนื่องจากเล็งเห็นว่ามียุทธศาสตร์ชาติอุดมสมบูรณ์ ทั้งป่าไม้ แหล่งน้ำและชายทะเล ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นอีกได้

⁶³ เทียมสุรย์ สิริศรีภักดี (2559)

ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2520-2534

การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นการแบ่งเขตการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวที่เป็นบริวาร เพื่อให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวเป็นวงรอบได้ในแต่ละภูมิภาค เริ่มพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการจัดทำแผนการใช้ที่ดิน การรักษาสีเขียวและทรัพยากรการท่องเที่ยว การควบคุมการก่อสร้างอาคาร การวางผังเมือง และการลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาลในด้านปัจจัยขั้นพื้นฐาน โดยให้ดำเนินงานอยู่ในขอบเขตจำกัดและสอดคล้องกับแผนพัฒนาภาคและเมือง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ พัทธา ภูเก็ต และสงขลา (หาดใหญ่) นอกจากนี้ยังขยายระบบขนส่งเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในระยะต่อไป ทั้งการตัดถนนวิภาวดีรังสิตเพื่อเข้าสู่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ (สนามบินดอนเมือง) และเพื่อให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวศูนย์กลางของภูมิภาคได้โดยสะดวก เป็นต้น

ในช่วง พ.ศ. 2525 ประเทศไทยจัดงานสมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ครบรอบ 200 ปี รัฐบาลได้จัดทำแผนแม่บทอนุรักษ์และพัฒนาเกาะรัตนโกสินทร์ รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อมาใน พ.ศ. 2534-2535 เมืองเก่าอยุธยา สุโขทัย กำแพงเพชร ศรีสัชนาลัย และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิกอนุสัญญาตั้งแต่ พ.ศ. 2530 ส่งผลให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากทั่วโลก การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ จาก 5 ล้านคนต่อปี เป็น 9 ล้านคนต่อปี กรุงเทพมหานครและเมืองมรดกโลกเหล่านี้จึงเกิดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมากขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนแม่บทอนุรักษ์และพัฒนาเกาะรัตนโกสินทร์ได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนในเกาะรัตนโกสินทร์ในวงกว้าง หลายชุมชนถูกไล่รื้อและอีกหลายชุมชนถูกแรงกดดันจากการพัฒนาและราคาที่ดินที่เพิ่มสูงอย่างก้าวกระโดด รวมถึงมีความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมที่ตามมาจากกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในพื้นที่ ในระยะต่อมายังได้ขยายผลจากแผนแม่บทฯ ฉบับนี้ด้วยการพัฒนาถนนราชดำเนินและพื้นที่ต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนอย่างน้อย 21 ชุมชนได้รับผลกระทบ ที่สำคัญ คณะรัฐมนตรียังได้ขยายอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ให้ครอบคลุมเมืองเก่าทั่วประเทศใน พ.ศ. 2546 ด้วย

ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2535-2544

การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้มีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เป็นรายภาค ดังนี้

- พื้นที่อนุภาคและพื้นที่ชายแดน เน้นการสร้างประตูการค้าเพื่อติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติเข้าสู่ชุมชนศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอินโดจีน กลุ่มประเทศอาเซียน และอื่น ๆ
- การพัฒนาพื้นที่ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงเพื่อสนับสนุนการสร้างอาชีพและการมีงานทำของคนในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เน้นการกระจายความเจริญ และการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการติดต่อและร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านในด้านการลงทุน การค้า การท่องเที่ยว และโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐาน
- การพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ด้วยการเชื่อมโยงการขนส่งทางทะเลระหว่างทะเลอันดามันกับอ่าวไทยอันเป็นการเปิดประตูสู่เศรษฐกิจใหม่ของประเทศออกสู่มหาสมุทรอินเดีย และเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับกลุ่มเอเชียตะวันออกและกลุ่มเอเชียใต้
- การพัฒนาพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเน้นเชื่อมโยงเข้ากับพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจหลักของภูมิภาคที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางทางการเงิน การท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศ และโทรคมนาคมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการวางระบบโครงข่ายบริการพื้นฐานเพื่อกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ที่ดินวางรูปแบบองค์การการพัฒนาเมืองให้มีความคล่องตัว และสนับสนุนให้เอกชนสามารถเข้ามามีบทบาทในการลงทุนด้านกาบริการพื้นฐานมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตและการท่องเที่ยว ในช่วงนี้ รวมถึงการเพิ่มประชากรในเมือง ก่อให้เกิดปัญหามลพิษตามมามากมาย เช่น น้ำเน่า อากาศเสีย คุณภาพน้ำทะเลชายฝั่งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ รัฐจึงกำหนดมาตรการเข้มงวดเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่อ่าวกระบี่ พังงา ภูเก็ต และทะเลโดยรอบเกาะสมุย นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในช่วงนี้ยังเน้นให้หน่วยงานท้องถิ่นสร้างกลไกการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสถานท่องเที่ยว ด้วยการระดมความร่วมมือจากประชาชนและชุมชนในพื้นที่ รวมถึงการปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ และเป็นแกนกลางในการแก้ไขปัญหาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบกลุ่มพื้นที่เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยว รวมถึงการเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพำนักนานและนักท่องเที่ยวคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (Meetings, incentives, conferencing, exhibitions - MICE) โดยจัดสร้างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารองรับกิจกรรมไมซ์โดยเฉพาะ

อาทิในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ส่วนการพัฒนาพื้นที่ในภูมิภาคต่าง ๆ ยังคงให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นด้วยการเปิดทางให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาทดแทนแรงงานไทยในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวในช่วงนี้ขยายตัวอย่างก้าวกระโดดจากการเปิดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่อยู่ภายใต้สถานการณ์ความไม่แน่นอนหลายด้าน เมืองท่องเที่ยวหลักทั้งภูเก็ตและเชียงใหม่กลายเป็นทำเลที่มีการเติบโตของที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมาก โดยมีผู้ซื้อจำนวนไม่น้อยเป็นชาวต่างชาติที่มาอยู่แบบระยะยาวหรือมาใช้ชีวิตหลังเกษียณ ส่วนเมืองท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพมหานคร เช่น พัทยาและหัวหิน ยังมีการก่อสร้างที่พักแบบคอนโดมิเนียมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองชีวิตแบบสังคมเมืองและการพักผ่อนระยะสั้นของคนกรุงเทพฯ การเติบโตในลักษณะเช่นนี้ทำให้ราคาที่ดินในเมืองท่องเที่ยวพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการบริหารจัดการเพื่อดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวแบบกลุ่มพื้นที่นั้น รัฐบาลได้แบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวออกเป็น 8 เขต ครอบคลุม 41 จังหวัด ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม แนวทางการบริหารจัดการจะมุ่งบูรณาการความร่วมมือกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ซึ่งรับผิดชอบพื้นที่พิเศษ 6 พื้นที่ ครอบคลุม 7 จังหวัดที่มีอยู่เดิม ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ครอบคลุม 48 จังหวัด และพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ร่วมกับภาคีการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชัดเจนขึ้นภายหลังการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ อาจเพิ่มเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (บริเวณสวนลุมพินีและหลังสวน) และพื้นที่พิเศษพื้นที่ใหม่อีก 2 แห่ง ได้แก่ เมืองหัวหิน-ชะอำ และพื้นที่เชื่อมโยง และเมืองเชียงใหม่และพื้นที่เชื่อมโยง รวมถึงอยู่ระหว่างการศึกษความเป็นไปได้ในการเพิ่มเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอีก 6 เขต โดยจะนำความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของพื้นที่มาสร้างการรับรู้ในวงกว้างแก่ตลาดนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำภาพลักษณ์ของพื้นที่ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น และพัฒนากลไกการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นได้รับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน สามารถกระจายรายได้และนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองได้เป็นอย่างดี

โดยสรุป การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ของประเทศไทยในช่วงแรกมุ่งเน้นการพัฒนาเป็นจุด ๆ คือเน้นแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก แม้ว่าจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่ง แต่เป็นเพียงการเสริมศักยภาพในการเข้าถึงจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งเท่านั้น รวมถึงมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อ

ตอบสนองตลาดการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ นับว่าเป็นการตอบรับกระแสการท่องเที่ยวหลัก ซึ่งสามารถส่งเสริมตลาดได้ง่าย เรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ตลาดเป็นตัวนำ (market-driven)

ภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ชัดเจนขึ้นเมื่อได้แบ่งเขตการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีศูนย์ท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวบริวาร รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าที่ได้รับการประกาศเป็นเมืองมรดกโลกและพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ รวมถึงมีการขยายขอบเขตการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและพื้นที่ชายแดนเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย กระนั้นก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ก็ยังคงเป็นการพัฒนาไล่หลังการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและการขยายตัวของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

จุดเปลี่ยนสำคัญก็คือการเปิดใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ต้องกลับมาใช้สนามบินดอนเมืองอีกครั้งหนึ่ง รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งนิยมเที่ยวในพื้นที่เมือง ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนเมืองไม่สามารถรองรับกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวได้ ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย ดังนั้นแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะหลังจึงมุ่งเน้นที่การรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วย แต่ก็ยังมีพื้นที่แรงกดดันในพื้นที่ท่องเที่ยวอันเกิดจากการราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจากการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการ

ในขณะเดียวกัน ก็มีปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ นั่นคือ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) โดยแบ่งเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวและพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวครอบคลุมถึง 48 จังหวัด รวมถึงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นมากขึ้น

จากการประมวลภาพรวมของนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา แม้จะมีการคำนึงถึงประเด็นเรื่องพื้นที่ก็ตาม แต่ก็ยังคงเป็นในลักษณะการพัฒนาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีรูปแบบเป็นนโยบายเชิงรับ (reactive) ที่ปรับเปลี่ยนไปตามแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไปแล้วและมีผลกระทบต่อพื้นที่แล้ว นโยบายการพัฒนาพื้นที่ที่ผ่านมาไม่ได้จัดเตรียมเมืองให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระดับโลก ทำให้พื้นที่เมืองโดยมากมีสภาพที่ไม่พร้อมรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อไปมากกว่านี้ได้

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันก็เริ่มมองเห็นสัญญาณที่ดีของการพัฒนา นโยบายและแนวทางการท่องเที่ยวในระยะหลังให้ความสำคัญมากขึ้นกับการใช้พื้นที่เป็นตัวนำการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในระดับภาค เมือง และชุมชน นโยบายการพัฒนาเมืองและการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมาบรรจบกัน ดังที่เห็นได้จากการกำหนดให้การท่องเที่ยว

เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ว่าด้วยการพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) นอกเหนือการท่องเที่ยวในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในแผนพัฒนาฯ ฉบับก่อนหน้านี้

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561 คณะรัฐมนตรีได้เสนอร่างพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่) พ.ศ. ให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติพิจารณาตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 ล่าสุดได้มีการตราพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2562 ที่ผ่านมา

พระราชบัญญัติฉบับใหม่มีเนื้อหารวม 11 มาตรา จากการเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 และวิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ พบว่า ร่างพระราชบัญญัติฯ ได้เพิ่มผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานครและประธานสภาหอการค้าไทยเป็นองค์ประกอบคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน ส่วนหอการค้าแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่สามารถประสานนโยบายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในด้านการค้าได้ ส่วนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย (กำกับดูแลกรมโยธาธิการและผังเมือง/กรมที่ดิน) นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งประเทศไทย นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย ยังคงอยู่ในองค์ประกอบคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเหมือนเดิม

สำหรับหน้าที่และบทบาทของคณะกรรมการฯ ในภาพรวมไม่ต่างจากเดิมมากนัก แต่เพิ่มประเด็นการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติหรือแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนประเด็นการพัฒนาในเชิงพื้นที่ยังมีลักษณะเป็นการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว แต่จัดให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ๆ ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ มีการเพิ่มผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในองค์ประกอบของคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตเนื่องจากเป็นองค์กรด้านการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติงานประจำในภูมิภาคต่าง ๆ มานาน จึงสามารถให้ความเห็นประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังเพิ่มการกำกับติดตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจนขึ้น โดยให้รายงานสภาพปัญหาต่อคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณาหาแนวทางแก้ไขต่อไป

โดยสรุป เนื้อหาในร่างพระราชบัญญัติฯ เน้นอยู่สองประเด็นหลัก คือ (1) การเพิ่มรายละเอียดปลีกย่อยในองค์ประกอบโครงการสร้างการบริหารงานตามพระราชบัญญัติเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และ (2) การกำกับติดตามการดำเนินงานตามแผนเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ยังคงมีลักษณะเหมือนเดิม คือ การกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (กลุ่มจังหวัดหรือภาค) ซึ่งเป็นการพัฒนาในภาพกว้างและยังคงใช้จังหวัดเป็นฐานสำคัญในการพัฒนา นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในลักษณะของการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้เข้าประเทศ

นโยบายจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด

ประเด็นสำคัญที่นโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสนใจมากขึ้น คือการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลักในเพียง 22 จังหวัดของประเทศไทยเท่านั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงเสนอนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดที่เหลือ 55 แห่ง เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวฐานรากให้เข้มแข็งและกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น โดยใช้หลักเกณฑ์จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติรวมกันไม่เกิน 4 ล้านคน/ปี เมืองรองเหล่านี้มีอยู่ทั้งหมด 55 จังหวัด



แผนภาพที่ 3-1 แผนที่เมืองท่องเที่ยวรอง

ที่มา : นิตยสาร BLT, 2018

ในเดือนธันวาคม 2560 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ประกอบด้วย

- 1) กำหนดให้เงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าบริการให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและค่าที่พักโรงแรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดท่องเที่ยวรอง ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่รวมกันทั้งหมดแล้วไม่เกิน 15,000 บาท เป็นเงินได้พึงประเมินที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
- 2) ยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล สำหรับเงินได้เป็นจำนวนร้อยละ 100 ของรายจ่ายที่ได้จ่ายเป็นค่าห้องสัมมนา ค่าห้องพัก ค่าขนส่ง หรือ รายจ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องในการจัดอบรมสัมมนาในพื้นที่เมืองรอง 55 จังหวัด หรือเขตพื้นที่อื่นใดที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำหนด

จากมาตรการภาษิดังกล่าว ททท. ได้กำหนดแนวทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local” หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่ คือ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน โดยจะเป็นการปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติในพื้นที่เมืองหลักต่อเมืองรอง จาก 70:30 เป็น 65:35 ใน พ.ศ. 2561 อีกทั้งกระจายโอกาสในเชิงรายได้จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่เศรษฐกิจฐานรากไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท แคมเปญดังกล่าว แบ่งออกเป็น 7 กิจกรรม ได้แก่

- 1) Enjoy Local เที่ยวชุมชนได้ลุ้นได้เต็ม เป็นการร่วมมือกับพันธมิตรใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ Google Local Guide เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการวางแผนการท่องเที่ยว (Trip Planner) ทั่วประเทศได้ด้วยตัวเอง โดยสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้จ่ายและท่องเที่ยวในชุมชนและเมืองรอง เช่น e-Coupon ใช้เป็นส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าและบริการตลอดเส้นทางท่องเที่ยว ไปยังชุมชนและเมืองรอง อาทิ ร้านประชารัฐสุขใจ สถานีบริการน้ำมัน ร้านอาหาร ร้านค้าชุมชน มีการสะสมแต้ม (TAT Point) ผ่านระบบออนไลน์เพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ หรือแลกรางวัลเดินทางท่องเที่ยวต่อและชิงโชคปลายปี รวมถึงการสะสมไมล์กับสายการบินในประเทศ โดยความร่วมมือครั้งนี้จะบริหารจัดการ Big Data แบบ Real Time ให้มีข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับกลไกของการตลาดสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนในอนาคต
- 2) SET in the Local กระตุ้นกลุ่มตลาด MICE จัดประชุม สัมมนาและกิจกรรม CSR ในชุมชนและเมืองรอง โดยเน้นการเดินทางในวันธรรมดา ซึ่ง ททท. ได้สำรวจสอบถามหาความต้องการของชุมชน โดยดำเนินการกับ 27 ชุมชนท่องเที่ยวที่ต้องปรับเพิ่มเติมในเชิงการตลาดและประสานกับหน่วยงานที่ต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่ชุมชน เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การนิคมอุตสาหกรรมแห่ง

ประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เน้นกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มองค์กรและเยาวชน

- 3) Local Link เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่ายได้รับสิทธิพิเศษ เช่น สนับสนุนค่าอาหาร เมื่อเสนอขายรายการนำเที่ยวเมืองรอง หรือมีรายการนำเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองในรายการเดียวกัน อีกทั้ง รวบรวมและคัดกรองชุมชนทั่วประเทศที่มีศักยภาพพร้อมขาย นอกจากนี้ จะใช้ข้อมูลเชิงสถิติวิเคราะห์การเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดท่องเที่ยวรอง จากเดิมจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ร้อยละ 70 (186 ล้านคน/ครั้ง) จังหวัดท่องเที่ยวรอง 30 (79 ล้านคน/ครั้ง) ปรับสัดส่วนเป็น 65 : 35 รวมไปถึงการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรองหลากหลายรูปแบบ กำหนดบุคลิกของเส้นทางให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ เส้นทาง Green ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เส้นทางจักรยาน เส้นทางท่องเที่ยวเลาะชายแดน และการออกแบบเส้นทางใหม่ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางงานฝีมือ เกษตรกรรม ผจญภัย ธรรมชาติ วิถีชีวิต อาหาร และที่มีเรื่องราว เพื่อให้มีการเดินทางทั้งแบบผ่านบริษัทนำเที่ยว และ ออกแบบการเดินทางด้วยตัวเอง (FIT) ได้แก่

A : Additional : ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเมืองหลักและเมืองรอง

B : Brand New : ท่องเที่ยว 55 เมืองรอง

C : Combination : ท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างเมืองรองและเมืองรอง

- 4) Eat Local ประชาสัมพันธ์อาหารถิ่น (Localicious) อาหารอร่อย อาหารห้ามพลาด ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ผ่านกิจกรรม Eat Local Week ในทุกภาค พร้อมด้วยพันธมิตรส่งเสริมการขายรายการนำเที่ยวประเภท Local Food Tours การเยี่ยมชมแหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร หรือทุกการใช้จ่ายสามารถสะสมคะแนนและรับสิทธิพิเศษ เช่น ชิงรางวัลรับประทานอาหารในร้านที่ได้ดาวมิชลิน
- 5) Our Local สร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดกิจกรรม Community Events บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น กระจายทุกพื้นที่ ทุกสัปดาห์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าท้องถิ่น โดยเฉพาะในชุมชนและเมืองรอง สนับสนุนการจัดกิจกรรม โดยกระจายจากเมืองหลักสู่เมืองรองในทุกพื้นที่ทุกสัปดาห์ รวมไปถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่นอีกด้วย
- 6) Local Heroes - Towards GSTC (Global Sustainable Tourism Council) และ B2D (Business to Digital) กิจกรรม Mobile Clinic เพื่อการพัฒนาคน สร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางภูมิทัศน์และการแข่งขันในอนาคต (Digital Age) พร้อมทั้ง สนับสนุนวิทยากร นักวิชาการ ศิลปิน ผู้มีชื่อเสียงผลงานการสร้างสรรค์ ออกแบบ และแนะนำแหล่งทุน

- 7) Local Strength ร่วมมือเชิงบูรณาการกับภาครัฐและเอกชน สร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทาน และสินค้าพร้อมขาย พัฒนาเรื่อง Creative Tourism ในแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว (Travel Tech & Start-up Business in services) เพื่อส่งเสริมการขายเข้าเมืองรอง

นโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับโครงการต่อเนื่องที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ของไทยทั้งโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” และโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus” แรกเริ่มคือ ใน พ.ศ. 2558 รัฐบาลได้ริเริ่มแนวคิด “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” ซึ่งส่งเสริมจังหวัดท่องเที่ยวใหม่โดยคัดสรร 12 เมืองทางเลือกรวม 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ เชื่อมโยงท่องเที่ยวเมืองหลักเดิม เน้นจุดเด่นและเพิ่มศักยภาพจังหวัดที่มีความพร้อม ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นเมืองที่ หลายคนคิดว่าเป็นเมืองทางผ่าน ถูกลืมนึกถึง ถูกมองข้าม แต่จริง ๆ แล้วเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจ มีของดีซ่อนตัวอยู่ อันได้แก่ **ภาคเหนือ** (1)เมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา จ.ลำปาง (2) ภูตอกไม้สายหมอก จ.เพชรบูรณ์ (3) กระชิบรักเสมอดาว จ.น่าน **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** (4) เมืองปราสาทสองยุค จ.บุรีรัมย์ (5) เย็นสุด...สุขที่เลย จ.เลย **ภาคกลาง** (6) เมืองสายน้ำสามเวลา จ.สมุทรสงคราม (7) ชุมชนคนอาร์ต จ.ราชบุรี **ภาคตะวันออก** (8) เมืองเกาะในฝัน จ.ตราด (9) สวนสวรรค์ร้อยพันธุ์ผลไม้ จ.จันทบุรี **ภาคใต้** (10) ยุทธจักรความอร่อย จ.ตรัง (11) หาดทรายสวยสี่ร้อยลิ้น จ.ชุมพร 12 นครสองธรรม จ.นครศรีธรรมราช ในช่วงดังกล่าวภาครัฐได้ออกมาตรการเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและนำไปลดหย่อนภาษีใน พ.ศ. 2559 คือ มาตรการลดหย่อนภาษีค่าใช้จ่ายกินเที่ยวพักในช่วงสงกรานต์ และมาตรการลดหย่อนภาษีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในกลุ่มทัวร์และที่พัก

นโยบายดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ 12 เมืองต้องห้ามพลาด ส่งผลให้มีจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี โดยในช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าพื้นที่ 13.6 ล้านคน รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยว 52,400 ล้านบาท ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงเล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงได้ออกโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus” เป็นการต่อยอดจากโครงการที่ 1 ซึ่งทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดตัวโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวรองและกลุ่มจังหวัด พ.ศ. 2559 กับโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus” ซึ่งเชื่อมโยงกับโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น โดยได้เพิ่มจังหวัด Plus อีก 12 จังหวัด ที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราวที่น่าสนใจไปในแนวทางเดียวกันกับ 12 จังหวัดแรก และมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเมืองต้องห้าม...พลาดเดิม และจังหวัดข้างเคียงเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลักไปสู่เมืองท่องเที่ยวทางเลือกที่มีศักยภาพ โดยดำเนินงานอย่างต่อเนื่องใน พ.ศ. 2561 และมุ่งต่อย้ายจุดขายที่มีเอกลักษณ์ในแต่ละเมืองมากขึ้น และกระตุ้นการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ ทั้งในเรื่องของ

การท่องเที่ยวในชุมชน การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีนวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์ อาหารถิ่น และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการส่งเสริมสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นซึ่งประกอบไปด้วย 12 เส้นทาง 12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus **กลุ่มภาคเหนือ** (1) จังหวัดลำปาง Plus จังหวัดลำพูน (2) จังหวัดน่าน Plus จังหวัดแพร่ (3) จังหวัดเพชรบูรณ์ Plus จังหวัดพิษณุโลก **กลุ่มภาคกลาง** (4) จังหวัดสมุทรสงคราม Plus จังหวัดนครปฐม (5) จังหวัดราชบุรี Plus จังหวัดสุพรรณบุรี **กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** (6) จังหวัดเลย Plus จังหวัดชัยภูมิ (7) จังหวัดบุรีรัมย์ Plus จังหวัดสุรินทร์ **กลุ่มภาคตะวันออก** (8) จังหวัดตราด Plus จังหวัดระยอง (9) จังหวัดจันทบุรี Plus จังหวัดสระแก้ว **กลุ่มภาคใต้** (10) จังหวัดชุมพร Plus จังหวัดระนอง (11) จังหวัดนครศรีธรรมราช Plus จังหวัดพัทลุง (12) จังหวัดตรัง Plus จังหวัดสตูล

นโยบายส่งเสริมเมืองท่องเที่ยวระดับรองลงมาเหล่านี้จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวได้ หลายเมืองอาจพบบริบทกับการเติบโตดังกล่าวได้ แต่หลายแห่งอาจไม่เคยเตรียมพร้อมมาก่อน และอาจเกิดปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของเมืองไม่เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ จึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาและเตรียมพร้อมรับมือต่อไป

ตัวอย่างประเด็นด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนพัฒนาเมืองของกรุงเทพมหานคร

จากที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กรุงเทพมหานครได้กลายเป็นเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก จนทำให้ความท้าทายและคำถามเกี่ยวกับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในกรุงเทพฯ ที่ต้องตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ไปพร้อมกับความต้องการพื้นฐานของผู้อยู่อาศัยและทำงานในกรุงเทพฯ เอง กรุงเทพมหานครในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบพื้นที่นี้ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาเมืองที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

แผนวิสัยทัศน์ของประชาชนเพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานคร 20 ปี ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2556–2560) ได้ระบุเป้าหมายพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจนว่า ต้องการพัฒนากรุงเทพมหานครไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมาสู่กรุงเทพฯ สู่อำเภอต่าง ๆ และสู่เมืองอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนและในเอเชีย เป้าหมายคือการผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถหารายได้ให้กับชาวกรุงเทพฯ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5.86 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของกรุงเทพมหานคร โดยพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเพื่อช่วยให้กรุงเทพมหานครสามารถครองลำดับที่ 1–3 ของเมืองท่องเที่ยวในเอเชีย

สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครก็ได้จัดทำแผนปฏิบัติการ ซึ่งต้องมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี ดังกล่าว โดยจะส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางหรือประตูอาเซียน (Gateway to ASEAN) เพื่อสนับสนุนให้กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่ง

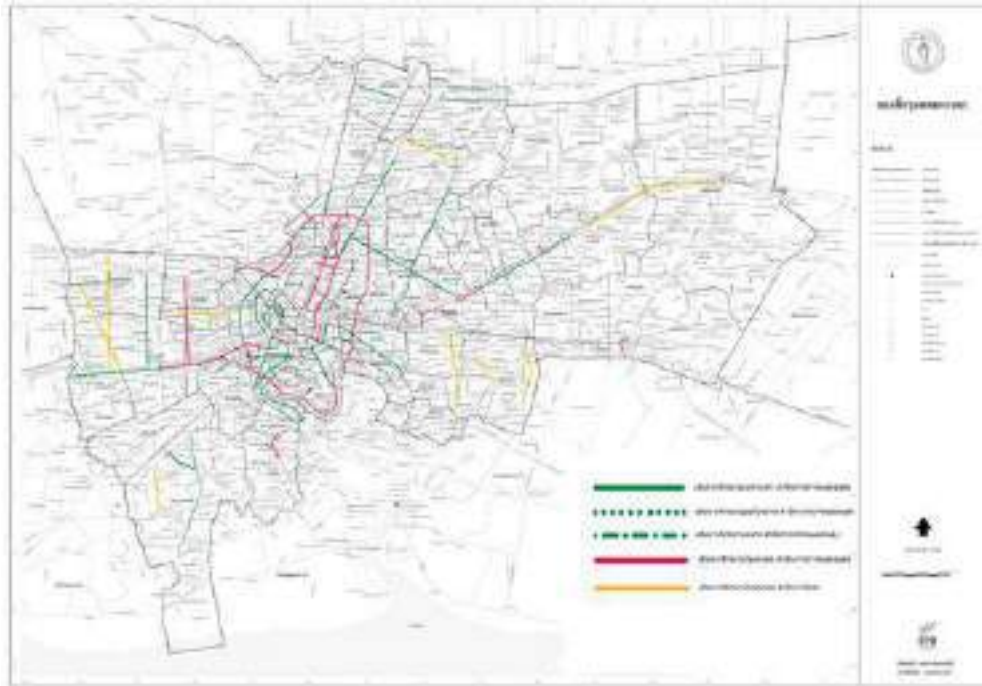
อาเซียน โดยจัดให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน เพิ่มและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ ทั้งฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สื่อสารภาษาอังกฤษได้ และให้บริการที่ประทับใจ

นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังมีแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูและยกระดับคุณภาพพื้นที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมุ่งเน้นการบูรณะฟื้นฟูและปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวในชุมชนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชน และพื้นที่มรดกวัฒนธรรมมีชีวิตรูปแบบต่าง ๆ อาทิ พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ย่านตลาดเก่าหัวตะเข้ ตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม ย่านบางกอกใหญ่ (ธนบุรี) ย่านเยาวราช-บางรัก ย่านหนองจอก-ลาดกระบัง ย่านบางกอกน้อย-ตลิ่งชัน ย่านพระนคร-นางเลิ้ง ก่อนหน้านี้ ในแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 12 ปี (พ.ศ. 2552-2563) ยังได้ระบุแนวทางการฟื้นฟูการท่องเที่ยวแม่น้ำลำคลองและโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ไว้เป็นแนวทางให้การอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

หากพิจารณาจากการพัฒนาโครงการด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบรับการท่องเที่ยว แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 12 ปี และแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ได้ระบุให้ปรับปรุงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ได้คุณภาพพร้อมรองรับการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังระบุให้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งมวลชน ทางจักรยาน และทางเรือ รวมถึงจุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการกับท่องเที่ยวที่มาเยือน จะเห็นได้ว่าการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งมวลชนทั้งระบบรถไฟฟ้า ทางจักรยาน และทางเรือ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากรายงานการประเมินผลกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 พบว่า เส้นทางจักรยานในกรุงเทพมหานครดำเนินการโดยสำนักการจราจรและขนส่ง และสำนักการโยธาในปัจจุบันที่ดำเนินการแล้วเสร็จและเปิดใช้แล้วมีจำนวน 52 เส้นทาง มีลักษณะเป็นทางจักรยานเฉพาะ ทางจักรยานร่วมบนทางเท้า ทางจักรยานบนผิวจราจร ทางจักรยานบนไหล่ทาง คิดเป็นระยะทางรวม 257.79 กิโลเมตร และอยู่ระหว่างการดำเนินการ 7 เส้นทาง คิดเป็นระยะทางรวม 44.07 กิโลเมตร แต่การเชื่อมต่อของทางจักรยานไม่ได้มีรักษาของเป็นเส้นทางที่สัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่กลุ่มเขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากทางจักรยานแล้ว หากพิจารณาถึงระบบขนส่งมวลชนอื่นโดยเฉพาะรถไฟฟ้าไม่ได้มุ่งเน้นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่มุ่งเน้นการพัฒนาเมืองในสาขาอื่น ๆ ซึ่งในขณะนี้ได้ดำเนินการรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ-ท่าพระ (13 กม.) และหัวลำโพง-บางแค (14 กม.) และ รถไฟฟ้าใต้ดินสายสีม่วงช่วงบางซื่อ-ราษฎร์บูรณะ (19.8 กม.) ทั้งสองสายมีสถานีในบริเวณพื้นที่กลุ่มเขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนระบบขนส่งทางเรื่อนั้น มีเพียงการเดินทางเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาคลองภาษีเจริญ (วัดปากน้ำภาษีเจริญ-ท่าเรือเพชรเกษม 69) ที่เป็นรูปแบบขนส่งมวลชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 3-2 เส้นทางจักรยานในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : สำนักการจราจรและขนส่ง, 2557

ในส่วนของรถโดยสารประจำทางนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วมุ่งเน้นการเดินทางจากระยะทางไกลเพื่อการเดินทางข้ามพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ไม่ได้มุ่งเน้นหรือจัดสร้างเส้นทางที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกเสียจากเป็นรถโดยสารประจำทางที่มีการจัดเส้นทางรถที่ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล เช่น การจัดทัศนจรการไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพมหานคร และเส้นทางรถจากท่าอากาศยานทั้งสองแห่งเข้าไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวหรือจุดต่อขนส่งมวลชนรูปแบบอื่น ดังนั้น ในภาพรวม เมื่อพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานครแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ไม่ได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 12 ปีและแผนวิสัยทัศน์ของประชาชนเพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานคร 20 ปี เนื่องจากไม่สามารถเชื่อมต่อบริบททุกระบบเข้าด้วยกัน แล้วสัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้

เมื่อพิจารณาพื้นที่โล่งว่างและพื้นที่สีเขียว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวแล้ว เห็นได้ชัดว่าไม่สอดคล้องหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่และสถานที่ท่องเที่ยวได้ จากรายงานการประเมินผลกฎกระทรวงที่ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ในเรื่องพื้นที่สีเขียวเมื่อจำแนกตามกลุ่มเขต พบว่า ในช่วง พ.ศ. 2553-2556 กลุ่มเขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอัตราส่วนของพื้นที่สีเขียวต่อประชากรเท่ากับ 2.36 ตร.ม.ต่อคน นับว่าเป็นอัตราส่วนที่ต่ำที่สุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ในการจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครนั้น ส่วนที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้นั้นมีอยู่หลายด้าน แต่ด้านที่มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวคือ การคมนาคมขนส่งและพื้นที่สีเขียว จากการดำเนินการตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครที่ผ่านมา แม้จะมีการวางแผนไว้ แต่ไม่ได้ดำเนินการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครตามที่ได้ระบุไว้ กล่าวสรุปได้ว่า นโยบายพัฒนาเมืองกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาไม่สอดคล้องกัน ผังเมืองรวมในหลายเมืองได้ระบุถึงการท่องเที่ยวในฐานะเศรษฐกิจที่สำคัญของเมือง แต่มักไม่ถ่ายทอดมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่อย่างเฉพาะเจาะจงเท่าใดนัก บ้างก็อยู่ในหมวดด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ บ้างก็อยู่ในเรื่องการอนุรักษ์พื้นที่ประวัติศาสตร์ นับเป็นช่องว่างทางนโยบายหนึ่งที่ต้องแก้ไขต่อไป

บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทาย

เนื้อหาในส่วนนี้ประมวลประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทายในการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งภาพรวมในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับเมือง แหล่งที่มาของข้อมูลที่ประมวลมาเป็นประเด็นเหล่านี้ประกอบด้วยสิ่งตีพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ทั้งข่าวสารตามหน้าหนังสือพิมพ์ รายงานของหน่วยงานด้านการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยว การสัมภาษณ์และสอบถามคณะผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งที่อยู่ในแผนงานวิจัยเดียวกันนี้และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งประสบการณ์ของคณะผู้วิจัยเองที่ได้ทำงานมาในด้านการวางแผนนโยบายการพัฒนาและการออกแบบเมืองในประเทศไทยมาหลายสิบปี เนื่องจากปัญหาเมืองมีอยู่มากและหลากหลาย บทสรุปต่อไปนี้จะเน้นประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์เป็นหลัก

จำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าคนอยู่อาศัยในเมือง

การวางแผนพัฒนาเมืองในยุคก่อนที่การท่องเที่ยวจะมีความสำคัญดังในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนทำงานและอยู่อาศัยในเมืองเป็นหลัก แต่เมื่อการท่องเที่ยวได้ขยายตัวมากขึ้น จนจำนวนนักท่องเที่ยวมีเทียบเท่าหรือมากกว่าจำนวนคนที่อยู่อาศัยในเมือง ความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่มดังกล่าวย่อมมีผลอย่างมากต่อการวางแผนโครงสร้างพื้นฐานในเมือง แม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนมากจะอยู่พักแรมและใช้บริการพื้นฐานในเมืองเพียงไม่กี่วันต่อปี ในขณะที่ผู้อยู่อาศัยและทำงานจะอยู่ตลอดทั้งปี แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นย่อมมีผลต่อการจัดสร้างและจัดหาบริการพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในบางกรณีอาจขัดแย้งกับความต้องการของคนอยู่อาศัยในเมืองได้

แต่ละเมืองย่อมมีสัดส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมืองไม่เท่ากัน คณะผู้วิจัยได้คำนวณอัตราส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่อจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัดและในแต่ละเมืองทั่วประเทศไทย ตารางข้างล่างนี้แสดงรายชื่อจังหวัดที่มีอัตราส่วนดังกล่าวสูงที่สุด 20 อันดับ (อัตราส่วนของทุกจังหวัดทั่วประเทศแสดงอยู่ในภาคผนวก) จะเห็นได้ว่า เมืองท่องเที่ยวหลายแห่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรตาม

ทะเบียนราษฎรอยู่หลายเท่าตัว เมืองท่องเที่ยวสำคัญทุกแห่งล้วนแล้วแต่มีอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรถึงกว่า 33 เท่า อนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งรวมนักท่องเที่ยวทุกประเภททั้งนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว และทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนข้อมูลประชากรนั้นได้ใช้ข้อมูลจากทะเบียนราษฎรของเดือนธันวาคม 2560 ด้วยเหตุนี้ จำนวนประชากรที่อยู่อาศัยจริงในแต่ละจังหวัดจึงน่าจะมากกว่าตัวเลขที่ได้ใช้คำนวณ เนื่องจากเมืองส่วนใหญ่จะมีประชากรแฝงที่ไม่ได้อยู่ในทะเบียนราษฎรของท้องถิ่นนั้น แต่ข้อมูลสัมมะโนประชากรและการเคหะที่เก็บข้อมูลประชากรที่อยู่อาศัยจริงของปีล่าสุดนั้นคือข้อมูลของ พ.ศ. 2553 จึงไม่น่าจะสะท้อนจำนวนประชากรจริงใน พ.ศ. 2560 ที่จะเอามาเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีล่าสุด กระนั้นก็ตาม ตัวเลขอัตราส่วนที่คำนวณได้ก็น่าจะสะท้อนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดได้

ตารางที่ 3-1 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรในจังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนประชากรทั้งจังหวัด	อัตราส่วน
1	ภูเก็ต	13,410,658	402,017	33.4
2	พังงา	4,475,223	267,491	16.7
3	เพชรบุรี	6,156,485	482,375	12.8
4	กระบี่	5,803,836	469,769	12.4
5	ชลบุรี	16,252,009	1,509,125	10.8
6	นครนายก	2,738,677	259,342	10.6
7	กรุงเทพมหานคร	59,196,331	5,682,415	10.4
8	ระยอง	6,929,843	711,236	9.7
9	กาญจนบุรี	8,132,468	887,979	9.2
10	ประจวบคีรีขันธ์	4,979,804	543,979	9.2
11	พระนครศรีอยุธยา	7,216,514	813,852	8.9
12	ตราด	1,978,489	229,649	8.6
13	สมุทรสงคราม	1,598,052	193,902	8.2
14	สระบุรี	4,033,081	642,040	6.3
15	เชียงใหม่	9,623,958	1,746,840	5.5
16	มุกดาหาร	1,901,912	350,782	5.4
17	สุราษฎร์ธานี	5,465,520	1,057,581	5.2
18	หนองคาย	2,608,500	521,886	5.0

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนประชากรทั้งจังหวัด	อัตราส่วน
19	ระนอง	923,243	190,399	4.8
20	สงขลา	6,675,178	1,424,230	4.7
34	พัทลุง	1,487,188	524,857	2.8
40	เชียงราย	3,192,110	1,287,615	2.5

ที่มา : ข้อมูลนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ข้อมูลประชากรจากสำนักทะเบียนกลาง 31 ธันวาคม 2560

คณะผู้วิจัยยังคำนวณอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรทั้งหมดในเขตเมืองหรือเขตเทศบาลทั้งหมดในแต่ละจังหวัด ผลการคำนวณในตารางข้างล่างนี้แสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดมีมากกว่าจำนวนประชากรเมืองในแต่ละจังหวัดมากหลายเท่าตัว โดยจังหวัดที่มีอัตราส่วนสูงที่สุดคือนครนายก โดยมีอัตราส่วนดังกล่าวสูงถึง 83 เท่า ตามมาด้วยพังงา ซึ่งมีอัตราส่วนสูงถึง 62 เท่า แม้ว่าในความเป็นจริง นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้เข้าไปเยี่ยมชมเยือน เที่ยวชมหรือพักผ่อนในพื้นที่เมือง ดังในกรณีของจังหวัดนครนายก พังงา และกระบี่ แต่อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเกือบทุกพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองแทบทั้งนั้น ไม่ว่าจะในด้านกายภาพของการตั้งถิ่นฐานและการปลูกสร้างอาคาร ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านระดับความเข้มข้นของการใช้ทรัพยากร

ตารางที่ 3-2 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรเมืองในจังหวัดสูงสุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนประชากรในเขตเทศบาล	อัตราส่วน
1	นครนายก	2,738,677	33,049	82.9
2	พังงา	4,475,223	72,330	61.9
3	กระบี่	5,803,836	107,414	54.0
4	ภูเก็ต	13,410,658	298,049	45.0
5	เพชรบุรี	6,156,485	179,731	34.3
6	สมุทรสงคราม	1,598,052	54,324	29.4
7	ตราด	1,978,489	69,822	28.3
8	ประจวบคีรีขันธ์	4,979,804	180,169	27.6
9	กาญจนบุรี	8,132,468	324,317	25.1
10	แม่ฮ่องสอน	832,209	36,943	22.5
11	พระนครศรีอยุธยา	7,216,514	320,409	22.5
12	ปราจีนบุรี	1,399,924	73,353	19.1
13	ระยอง	6,929,843	380,583	18.2

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนประชากรในเขตเทศบาล	อัตราส่วน
14	ขอนแก่น	4,556,656	260,117	17.5
15	สตูล	1,067,205	61,866	17.3
16	สิงห์บุรี	503,259	29,697	16.9
17	ชลบุรี	16,252,009	1,010,663	16.1
18	หนองคาย	2,608,500	176,603	14.8
19	ฉะเชิงเทรา	3,047,651	207,338	14.7
20	สระแก้ว	2,056,132	141,258	14.6
21	เชียงราย	3,192,110	621,971	5.1
22	พัทลุง	1,487,188	305,113	4.9

ที่มา: ข้อมูลนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,
ข้อมูลจำนวนประชากรจากสำนักทะเบียนกลาง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560

เมืองมีขีดความสามารถในการรองรับที่จำกัด

โครงสร้างพื้นฐานในเมืองของประเทศไทยที่มีอยู่แต่เดิมไม่ได้ครอบคลุมทั่วถึงและมีคุณภาพดีพร้อมสำหรับประชาชนทั่วไปอยู่แล้ว เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งทำให้ภาระด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นเกินกว่าความสามารถในการรองรับของเมือง ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเท่านั้น แต่รวมไปถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนอยู่อาศัยในเมืองไปพร้อมกัน

อีกตัวเลขหนึ่งที่น่าสนใจในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการรองรับเบื้องต้นของเมืองคือ ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่ในแต่ละจังหวัดและแต่ละเมือง จากการคำนวณอัตราส่วนระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ทั้งหมดในแต่ละจังหวัด และอัตราส่วนระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดกับพื้นที่เมืองทั้งหมดในแต่ละจังหวัด ตามตารางข้างล่างนี้ จะเห็นได้ว่า เมืองท่องเที่ยวสำคัญทั้งกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ล้วนแล้วแต่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวสูงมาก และสูงกว่าความหนาแน่นประชากรที่อยู่อาศัยจริงอยู่หลายเท่าตัว

ตารางที่ 3-3 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่จังหวัดสูงที่ 20 อันดับใน พ.ศ. 2560

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว	พื้นที่เมืองทั้งจังหวัด (ตร.กม)	ความหนาแน่น
1	กรุงเทพมหานคร	59,196,331	1,571.9	37,658.4
2	ภูเก็ต	13,410,658	544.0	24,650.8
3	สมุทรสงคราม	1,598,052	403.8	3,957.5
4	ชลบุรี	16,252,009	4,446.5	3,655.0
5	นนทบุรี	2,090,095	633.8	3,297.6
6	สมุทรปราการ	2,900,180	967.3	2,998.1
7	พระนครศรีอยุธยา	7,216,514	2,546.1	2,834.3
8	ระยอง	6,929,843	3,710.2	1,867.8
9	นครปฐม	3,679,645	2,145.2	1,715.3
10	สมุทรสาคร	1,443,746	860.0	1,678.8
11	นครนายก	2,738,677	2,142.2	1,278.4
12	ปทุมธานี	1,896,549	1,514.9	1,251.9
13	กระบี่	5,803,836	4,773.4	1,215.9
14	สระบุรี	4,033,081	3,564.0	1,131.6
15	พังงา	4,475,223	3,997.6	1,119.5
16	เพชรบุรี	6,156,485	6,169.0	998.0
17	สงขลา	6,675,178	8,272.0	807.0
18	หนองคาย	2,608,500	3,233.3	806.8
19	ประจวบคีรีขันธ์	4,979,804	6,417.8	775.9
20	อ่างทอง	730,502	950.4	768.7
27	พัทลุง	1,487,188	3,363.9	442.1
44	เชียงราย	3,192,110	11,575.9	275.8

ที่มา : จำนวนนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ข้อมูลพื้นที่จังหวัดจากการคำนวณด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

ตารางที่ 3-4 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่เมืองในจังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว	พื้นที่เมืองทั้งจังหวัด (ตร.กม)	ความหนาแน่น
1	นครนายก	2,738,677	43.5	62,915
2	ภูเก็ต	13,410,658	325.8	41,167
3	กรุงเทพมหานคร	59,196,331	1,568.7	37,735
4	สมุทรสงคราม	1,598,052	51.4	31,066
5	ประจวบคีรีขันธ์	4,979,804	272.3	18,289
6	นครปฐม	3,679,645	250.4	14,695
7	พระนครศรีอยุธยา	7,216,514	549.8	13,127
8	สมุทรปราการ	2,900,180	228.6	12,686
9	เพชรบุรี	6,156,485	521.6	11,804
10	กระบี่	5,803,836	515.9	11,251
11	นนทบุรี	2,090,095	204.2	10,236
12	พังงา	4,475,223	582.6	7,682
13	ชลบุรี	16,252,009	2,188.2	7,427
14	สตูล	1,067,205	165.4	6,453
15	ระยอง	6,929,843	1,087.3	6,373
16	ฉะเชิงเทรา	3,047,651	506.1	6,021
17	สระบุรี	4,033,081	747.7	5,394
18	สิงห์บุรี	503,259	107.1	4,701
19	หนองคาย	2,608,500	570.7	4,571
20	สมุทรสาคร	1,443,746	322.2	4,480
58	พัทลุง	1,487,188	1,635.1	910
61	เชียงราย	3,192,110	4,686.5	681

ที่มา : ข้อมูลนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,

ข้อมูลเขตเทศบาลจากกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560

โครงสร้างและบริการพื้นฐานในเมืองของประเทศไทยในบางด้าน เช่น ระบบไฟฟ้าและระบบประปา ถือว่า ได้พัฒนามากเมื่อเปรียบเทียบกับ 30-40 ปีก่อน แม้ว่าในบางช่วงอาจมีปัญหาไฟดับไฟตก และปัญหาน้ำประปารั่วและไม่มีน้ำประปาใช้อยู่บ้าง แต่ในภาพรวมถือว่ามีความครอบคลุม ทัวถึงและเสถียรอยู่พอสมควร อย่างไรก็ตาม

หากเปรียบเทียบกับเมืองในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะเมืองชั้นนำด้านการท่องเที่ยวระดับโลก เช่น กรุงลอนดอน กรุงปารีส นครนิวยอร์ก และฮ่องกง โครงสร้างพื้นฐานเมืองของประเทศไทยในหลายด้านก็ยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยในเมืองเท่าใดนัก ไม่ว่าจะในด้านสาธารณูปโภค เช่น ระบบการสัญจรเดินทาง การจัดเก็บและกำจัดขยะ การบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ และด้านสาธารณูปการ เช่น ระบบสาธารณสุข การศึกษา และนันทนาการ ด้วยจำนวนประชากรเมืองที่เพิ่มมากขึ้น ยิ่งทำให้โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ไม่สามารถรองรับความต้องการได้อย่างเพียงพอและทันทั่วถึง จึงทำให้เกิดปัญหาความแออัด ความสูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจ และปัญหามลพิษที่เห็นอยู่ทั่วไป

กระนั้นก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนและพักผ่อนในกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ และเมืองหลักอื่น ๆ ของประเทศก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และดูเหมือนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกเรื่อย ๆ ด้วยปัจจัยเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว ทั้งในความพร้อมด้านโรงแรมและการบริการที่รองรับนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว และที่สำคัญคือ ราคาที่ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดที่เสนอว่า ความวุ่นวายสับสนและไม่เป็นระเบียบของเมืองในประเทศไทยนี้เอง ที่เป็นสาเหตุและปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น ในประเด็นหลังนี้นักวางแผนต้องแยกแยะให้ชัดเจนระหว่างสภาพไร้ระเบียบที่ทำให้เกิดปัญหาด้านประสิทธิภาพ ความยั่งยืนและความเป็นธรรม กับสภาพไร้ระเบียบที่แสดงถึงความมีชีวิตชีวาของกิจกรรมในเมือง

อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นและมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายมากขึ้นย่อมเพิ่มภาระด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการในเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนผู้อยู่อาศัยในเมือง ความท้าทายของการพัฒนาเมืองภายใต้เงื่อนไขคือ จะจัดเตรียมระบบโครงสร้างพื้นฐานอย่างไรที่สามารถตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับผู้อยู่อาศัยในเมืองได้

อนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นไม่ได้หมายถึงภาระต่อเมืองที่เพิ่มขึ้นเสมอไป ในบางกรณีความต้องการที่เพิ่มอาจเป็นโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับผู้อยู่อาศัยในเมืองได้ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือระบบขนส่งสาธารณะในเมือง ทั้งระบบรถไฟฟ้าและรถประจำทาง โดยปกติแล้ว ความต้องการในการใช้ระบบขนส่งสาธารณะจะเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน (peak hours) ตอนเช้าและตอนเย็นในวันธรรมดาเป็นหลัก ความต้องการในช่วงเวลาอื่น ๆ และวันหยุดมักน้อยกว่า ทำให้เกิดปัญหาขีดการรองรับมากเกินไป (over capacity) แต่ในกรณีที่เมืองมีนักท่องเที่ยวมาอยู่ประจำ ซึ่งมีพฤติกรรมในการใช้บริการโครงสร้างพื้นฐานที่แตกต่างจากคนอยู่อาศัย จึงทำให้เกิดการใช้บริการขนส่งสาธารณะในช่วงเวลานอกชั่วโมงเร่งด่วน (off-peak) มากยิ่งขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ผลสืบเนื่องหนึ่งที่สำคัญคือ รายได้และผลประโยชน์จะดีกว่าในกรณีที่ไม่มีนักท่องเที่ยวและผู้ใช้งานตอนช่วงกลางวัน ทำให้ลดแรงกดดันในการเพิ่มค่าตัวโดยสารสำหรับคนทั่วไปที่เดินทางไปทำงานเป็นประจำทุกวัน นัยหนึ่งคือรายได้จากผู้โดยสารที่เป็นนักท่องเที่ยวจะมาอุดหนุนไขว้ (cross subsidize) การ

ให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่อยู่อาศัยในเมืองนั้น ทั้งนี้ทั้งนั้น ผลประโยชน์นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีนโยบายขนส่งสาธารณะในเมืองที่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการเพิ่มค่าตัวโดยสารที่ชัดเจน และกำหนดวิธีการจัดสรรรายได้ที่เป็นธรรม

ส่วนต่าง (gap) ระหว่างขีดความสามารถในการรองรับกับภาระ (load) หรือความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ความน่าเที่ยวและน่าอยู่ของเมืองลดลงเท่านั้น ตัวอย่างเมืองท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาขีดความสามารถในการรองรับไม่สะท้อนภาระหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวมีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย หากปล่อยให้ปัญหาดังกล่าวสะสมไปเรื่อย ๆ ก็จะทำให้เมืองท่องเที่ยว นั้นลดความนิยมลง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวาที่เคยเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากความแออัดและเปียดเสียดของนักท่องเที่ยวและปัญหาด้านต่าง ๆ จึงทำให้ความนิยมลดน้อยลงไปมาก

การจัดการส่วนต่างระหว่างขีดความสามารถในการรองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นสามารถจัดการได้ บริการพื้นฐานบางอย่างอาจจัดการได้หลายแนวทางและวิธีการด้วยกัน ในช่วงความต้องการสูง (peak) เช่น ในช่วงเทศกาลที่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากและต้องการที่พักเป็นจำนวนมาก อาจเพิ่มจำนวนห้องนอนและจำนวนเตียงในโรงแรมได้ระดับหนึ่ง อาจเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ หรือแม้แต่การกางเต็นท์หรือพักแรมในวัดวาอาราม รวมไปถึงการใช้บริการ Airbnb เป็นต้น ขีดความสามารถในการรองรับส่วนนี้สามารถจัดการได้โดยภาคเอกชน แต่อาจมีข้อจำกัดเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของที่พัก อีกทั้งอาจเกิดปัญหากับชุมชนที่ไม่พร้อมรับหรือไม่ต้องการนักท่องเที่ยว ดังที่เกิดขึ้นกับการเข้าพักในคอนโดมิเนียมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Airbnb เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริการพื้นฐานบางประเภทไม่สามารถจัดการได้โดยภาคเอกชนหรือประชาชนทั่วไป เช่น น้ำประปา การบำบัดน้ำเสีย และการเก็บและกำจัดขยะ ขีดความสามารถในการรองรับส่วนนี้จำเป็นต้องพึ่งภาครัฐเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น เมืองท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ของประเทศไทยขาดแคลนพลังงานไฟฟ้าและต้องพึ่งพาจากการไฟฟ้าผลิตและการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ทำให้มีบางช่วงเวลาอาจมีพลังงานไฟฟ้าฟ้าไม่เพียงพอและส่งกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ เช่น กรณีไฟฟ้าขาดแคลนที่เกาะสมุย-เกาะพะงัน ในกรณีนี้ กระทรวงพลังงานได้วางแนวทางในการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาพลังงานทดแทน (REDP) เพื่อรองรับในอีก 15 ปีข้างหน้า เพื่อเป็นการพัฒนาพลังงานทดแทนอย่างครบวงจร ทั้งการวิจัย การพัฒนาต้นแบบ รวมถึงมาตรการสนับสนุนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาชนบทยกระดับคุณภาพชีวิตและพึ่งพาตนเองโดยในส่วนของพัฒนาพลังงานน้ำขนาดเล็กซึ่งเป็นผลิตไฟฟ้าพลังงานทดแทนในชุมชน โดยผันน้ำจากฝายตลิ่งหรือเขื่อนขนาดเล็กไปยังโรงไฟฟ้าด้วยระบบส่งน้ำ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าขนาดตั้งแต่ 200 กิโลวัตต์ถึง 10 เมกะวัตต์นั้น ได้วางเป้าหมายที่จะพัฒนาให้ได้ประมาณ 324 เมกะวัตต์

อย่างไรก็ตาม การผลิตไฟฟ้าพลังงานทดแทนในชุมชนประสบปัญหาด้านปริมาณกำลังการผลิตไฟฟ้าที่ผลิตจากโรงไฟฟ้าชุมชน ซึ่งมักมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องปริมาณวัตถุดิบที่ใช้เป็นเชื้อเพลิง ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าชีวมวลชุมชน ชีวมวลที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงมักมีน้ำหนักเบาอยู่กระจัดกระจาย การเก็บรวบรวมอาจอยู่ในรัศมีไม่เกิน 20 -25 กิโลเมตร ทำให้รวบรวมได้ในปริมาณไม่มากนัก หากเกินกว่านี้จะทำให้ค่าขนส่งสูงไม่คุ้มกับการ

ดำเนินงาน การหาแหล่งเงินทุน การซ่อมบำรุงและความเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนของปริมาณเชื้อเพลิงบางชนิดที่ใช้ในโรงไฟฟ้าที่ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ น้ำ ลม และแสงอาทิตย์ ปัญหาขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเช่นนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนา จัดหาหรือส่งเสริมอย่างเต็มที่โดยภาครัฐ

บริการพื้นฐานในเมืองไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่เฉพาะเจาะจงและไม่เหมือนกับผู้อยู่อาศัยทั่วไปในเมือง ในประเทศไทย ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเพียงพอในระดับหนึ่งอยู่ จึงยังคงสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนหลายสิบล้านคนในปัจจุบันได้ แต่เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกมาก ก็ย่อมต้องการบริการพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีคุณภาพมากขึ้น

ตัวอย่างหนึ่งของข้อจำกัดนี้คือ ระบบขนส่งสาธารณะในเมือง นับตั้งแต่จากสนามบินหรือสถานีขนส่งเข้าสู่ตัวเมือง แหล่งพักผ่อนและแหล่งท่องเที่ยว ในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นภูเก็ตและเชียงใหม่ มีบริการขนส่งสาธารณะที่จำกัดมาก เมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว คนจำนวนมากต้องพึ่งรถยนต์ส่วนตัว รถเช่า รถแท็กซี่หรือรถเหมาทั้งคัน ซึ่งมีราคาแพงกว่าการใช้ระบบขนส่งมวลชน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินเท้าหรือขี่จักรยานเพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในเมือง แต่ระบบทางเดินเท้าและทางจักรยานในเมืองส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ดีเท่าใดนัก ทั้งในด้านความครอบคลุมและสมบูรณ์ของโครงข่าย ไปจนถึงความสะดวกสบายในการใช้งาน และการดูแลรักษาสภาพให้ใช้ได้อย่างต่อเนื่อง ทางเดินเท้าในเมืองทั่วไปของไทยไม่ได้ออกแบบมาเพื่อการเดินเท้าที่สะดวกสบาย อีกทั้งยังไม่ตอบสนองความต้องการพิเศษของคนพิการและผู้มีความจำเป็นเฉพาะกลุ่มอื่น ๆ ส่วนระบบทางจักรยานในเมืองก็ยังไม่ค่อยดีนัก องค์ประกอบด้านการขนส่งสาธารณะและการเดินทางโดยไม่ใช้เครื่องยนต์ (non-motorized transport) เหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่นโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองจำเป็นต้องดำเนินการต่อไปเพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำที่เทียบได้กับเมืองอื่นในระดับโลก

ปัญหาและความท้าทายด้านการสัญจรของนักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเพียงแค่ด้านความครอบคลุมและทั่วถึงเท่านั้น แต่รวมถึงคุณภาพการให้บริการด้วยเช่นกัน ปัญหาคนขับแท็กซี่หรือรถแดงในเชียงใหม่ที่มักปฏิเสธผู้โดยสาร ไม่ยอมกมดมิเตอร์ หรือโก่งราคาค่าโดยสาร ทั้งจากสนามบินและในพื้นที่อื่น ๆ ถือเป็นปัญหาที่หมักหมมมาเป็นเวลานาน ยังมีเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ และไม่มีแนวโน้มว่าจะลดลงแต่อย่างใด การพัฒนาเมืองของประเทศไทยให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับชั้นนำของโลก ต้องบริหารจัดการปัญหาเหล่านี้ให้ได้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ในปัจจุบันก็ได้ความพยายามในการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในเมืองหลักในภูมิภาคหลายแห่ง ทั้งระบบขนส่งมวลชนแบบรางเบา (light-rail transit) และรถประจำทาง ไปพร้อมกับการพัฒนาเมืองตามระบบขนส่งมวลชน (transit-oriented development – TOD) โดยจัดตั้งบริษัทพัฒนาเมืองของแต่ละเมืองขึ้นมาเพื่อดำเนิน

โครงการเหล่านี้ ตัวอย่างที่ได้รับความสนใจคือระบบรถโดยสารสาธารณะในเมืองขอนแก่น ตามด้วยเชียงใหม่และภูเก็ต โครงการเหล่านี้ แม้ยังมีอุปสรรคอยู่มาก และอาจประสบกับปัญหาในด้านจำนวนผู้โดยสารในระยะแรก แต่ก็ถือว่าเป็นแนวคิดที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นในการพัฒนาเมืองให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

อีกแนวโน้มหนึ่งที่น่าจะเป็นโอกาสของการพัฒนาระบบการสัญจรในเมืองให้มีความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมืองเอง และน่าจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองมากกว่าการใช้รถยนต์ส่วนตัวคือ รูปแบบธุรกิจใหม่ตามกระแสเศรษฐกิจแบ่งปัน (sharing economy) ทั้งการเรียกรถแท็กซี่ด้วยแอปพลิเคชันของ Uber และ Grab ที่ได้ขยายฐานการให้บริการไปยังเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการใช้จักรยานสาธารณะแบบไร้สถานี (dockless bikes) เช่น ระบบ Mobike จากประเทศจีนที่เริ่มเปิดให้บริการในตัวเมืองเชียงใหม่ และเริ่มเห็นมีนักท่องเที่ยวใช้บริการมากยิ่งขึ้น แนวโน้มทั้งสองนี้อาจทำให้การสัญจรเดินทางของนักท่องเที่ยวและคนที่อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย มีต้นทุนที่ต่ำลง อีกทั้งยังสร้างความยั่งยืนให้กับเมืองอีกด้วย แต่รูปแบบการขนส่งทางเลือกใหม่นี้มักได้รับการต่อต้านจากแท็กซี่แต่ละท้องถิ่น โดยมีการตรวจสอบ กล่าวหา และคุกคามคนขับรถส่วนตัวที่มาให้บริการรับนักท่องเที่ยว⁶⁴ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทางได้ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบรถโดยสารที่สะท้อนความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และตอบรับกับเทคโนโลยีและรูปแบบการให้บริการด้านการขนส่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันก็ต้องสร้างกระบวนการและกฎเกณฑ์ที่เป็นธรรมกับทุกฝ่ายด้วยเช่นกัน

ปัญหาข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นประเด็นด้านประสิทธิภาพอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีผลสืบเนื่องในด้านความเป็นธรรมระหว่างกลุ่มคนและระหว่างพื้นที่เช่นกัน ดังในกรณีที่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ทำให้เกิดผลกระทบด้านการจราจรทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ต่อเนื่องกับเมือง ซึ่งเป็นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น เมืองพะเยา รถติดกว่า 2 กิโลเมตร ในช่วงปีใหม่ เนื่องจากคนนิยมขึ้นเชียงรายและขึ้นดอยกัน แต่ตัวเมืองพะเยากลับไม่ได้รับเม็ดเงินลงสู่พื้นที่ เพราะเป็นเพียงทางผ่านเท่านั้น แต่ต้องรับผลกระทบจากความแออัดของจราจร⁶⁵

เมืองไม่มีอัตลักษณ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

หากเปรียบเทียบกับเมืองเก่าในยุโรป สภาพเมืองและสถาปัตยกรรมในเมืองของประเทศไทยอาจดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเท่าใดนัก รูปแบบและสภาพอาคารที่ดูไม่สวยงาม สายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ระโยงระยาง

⁶⁴ <http://news.tnews.co.th/contents/324465>

⁶⁵ <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/786886>

ป้ายโฆษณาหลากหลายขนาด ฯลฯ เมืองท่องเที่ยวแทบทุกแห่งในประเทศไทยไม่ควบคุมสถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างได้เข้มงวดมากพอที่ทำให้เกิดความสอดคล้องด้านสถาปัตยกรรมดังที่เห็นในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของโลกอื่น ๆ แม้ว่าพื้นที่เมืองเก่าบางแห่งอาจมีความพยายามในการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและพื้นที่เมืองเดิมอยู่บ้าง ดังในกรณีเกาะรัตนโกสินทร์และพื้นที่ภายในคูเมืองของเมืองเชียงใหม่ แต่การออกแบบเมืองยังไม่ดีมากพอ แม้ว่าอาจมีการควบคุมความสูงอาคารและรูปแบบสถาปัตยกรรมอยู่บ้าง แต่ก็ยังห่างไกลจากภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น

กระนั้นก็ตาม ความสวยงามเป็นเรื่องอัตวิสัย คือขึ้นอยู่กับความชอบและความพึงพอใจของแต่ละคน จึงเกิดข้อโต้แย้งว่า ความสับสนวุ่นวายและดูไม่เป็นระเบียบของสภาพกายภาพของเมืองในประเทศไทย อาจเป็นปัจจัยดึงดูดที่ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเยือนเป็นจำนวนมากก็ได้ การควบคุมสถาปัตยกรรมและการออกแบบเมืองมากเกินไปอาจทำให้เมืองขนาดเสน่ห์และความน่าสนใจ ดังที่พบเห็นในสวนสนุกดิสนีย์แลนด์หรือแม้แต่ประเทศสิงคโปร์

ปัญหาด้านมลพิษและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการบริหารจัดการและควบคุมที่ดีก็สามารถสร้างปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนและผู้คนในเมือง ซึ่งในที่สุดก็มีผลกระทบกลับมาที่ธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีก็ทำให้เมืองไม่น่าเที่ยว ในขณะที่เดียวกัน มลพิษที่เกิดขึ้นจากครัวเรือนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ก็มีผลต่อความน่าอยู่และน่าเที่ยวของเมือง ตัวอย่างปัญหาในลักษณะนี้มีอยู่มากและมีมานานตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ ชายหาดแถบชลบุรี พัทยา บางแสน ทะเลได้รับผลกระทบจากน้ำเสียของอุตสาหกรรมและครัวเรือน ทำให้ทะเลเป็นสีดำ ส่งกลิ่นเหม็น และไม่สามารถลงเล่นน้ำทะเลได้⁶⁶ ปัญหาน้ำเสียในลักษณะคล้ายกันในบริเวณอ่าวนางจ.กระบี่⁶⁷ ปัญหาด้านระบบนิเวศในกรณีของชุมชนอัมพวาอย่างรวดเร็ว ทำให้คนในชุมชนปรับสภาพและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ไม่ทันกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการล่องเรือชมหิ่งห้อยในช่วงวันหยุดการที่เรือยนต์ปล่อยคราบน้ำมันลงสู่แม่น้ำ ระบบนิเวศของสัตว์น้ำเปลี่ยนแปลงไปและการที่เรือยนต์เล็กหรือเรือหางยาวแล่นด้วยความเร็ว ทำให้เกิดคลื่นไปกระทบดินริมตลิ่งและใบพัดของเรือหางยาวตะกุดดินให้พังมากขึ้น ทำให้ดินตลิ่งริมคลองพังทลาย ซึ่งก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนในชุมชนที่มีบ้านเรือนอาศัยอยู่ตามชายฝั่งคลอง⁶⁸ ปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ภูทับเบิก จากการที่ภูทับเบิกกลายเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภาคเหนือ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปพักผ่อนและเที่ยวชมธรรมชาติที่สวยงามบนภูทับเบิก แต่ได้สร้างปัญหาในการจัดการขยะ

⁶⁶ <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9550000051338>,

⁶⁷ <https://www.thairath.co.th/content/498481>

⁶⁸ http://www.utcc.ac.th/public_content/files/001/29_4-13.pdf

ในพื้นที่ เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลวังบาลไม่ได้วางแผนและการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับการให้บริการการจัดการขยะได้เพียงพอตามปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตามจำนวนนักท่องเที่ยว⁶⁹ ปัญหามลพิษที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงมีอยู่จำนวนมาก

ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติมีผลต่อการท่องเที่ยวในเมือง

เมืองท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่อ่อนไหวเปราะบางต่อความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ อาทิ ความเสี่ยงต่อน้ำท่วมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ความเสี่ยงด้านพายุฝนและสึนามิในเขตชายทะเลภาคใต้ และความเสี่ยงด้านแผ่นดินไหวในบริเวณภาคเหนือของประเทศไทย เป็นต้น เมืองที่น่าอยู่และน่าเที่ยวต้องมีระบบการเตือนภัยและวิธีการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้และจะทำให้เกิดความเสียหายในระดับสูงและในวงกว้าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน

ปัญหามลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานครในช่วงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 รวมไปถึงปัญหาเดียวกันเชียงใหม่และหลายเมืองในภาคเหนือในช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อนใน พ.ศ. 2562 ทำให้เกิดผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในพื้นที่เป็นจำนวนมากและในวงกว้าง จังหวัดภูเก็ตเองก็เป็น 1 ใน 13 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหมอกควันจากเกาะสุมาตรา และเกาะบอร์เนียว สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ซึ่งมีความรุนแรงขึ้นในช่วงฤดูแล้ง สภาพอากาศในเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว ปัญหามลพิษในเมืองหลายประการเกิดจากปัจจัยภายในของเมืองนั้นประเทศนั้นตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่หลายปัจจัยอาจอยู่เกินขอบเขตความสามารถในการวางแผนและบริหารจัดการของเมืองใดเมืองหนึ่ง หรือแม้แต่ประเทศใดประเทศหนึ่งได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ปัญหาหมอกควันที่ปกคลุมกลุ่มเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยในภาคเหนือ ทั้งเชียงใหม่ เชียงรายและแม่ฮ่องสอน และในภาคใต้ เช่น ภูเก็ต สาเหตุของการเกิดหมอกควันนี้ มีทั้งต้นตออยู่ในภายในประเทศไทยเองและภายนอกประเทศ สำหรับสาเหตุภายในประเทศนั้น อาจใช้มาตรการห้ามเผา ฯลฯ เพื่อบรรเทาปัญหาลงไปได้บ้าง แต่สาเหตุที่อยู่นอกประเทศไทยนั้น จำเป็นต้องใช้เครื่องมืออื่น ๆ ไปพร้อมกันด้วย อาทิ การเจรจาระหว่างประเทศและมาตรการจัดการกับบริษัทที่ซื้อพีซีไทร์ที่ปลูกในพื้นที่ที่มีการเผา เป็นต้น

ระบบการผังเมืองและการบริหารจัดการเมืองไม่เอื้อต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

ปัญหาพื้นฐานของการพัฒนาเมืองในประเทศไทยคือสถาบัน (institutions) ด้านการผังเมืองยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะดำเนินนโยบายและโครงการพัฒนาเมืองที่ตอบรับกับเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคม และ

⁶⁹ http://www.pcd.go.th/info_serv/file/water/11-1-59.pdf

สิ่งแวดล้อมในยุคปัจจุบันได้ ทั้งในภาพรวมของการวางแผนพัฒนาเมือง และในด้านเฉพาะสาขา เช่น ด้านการท่องเที่ยว สถาบันในที่นี่นี้หมายความรวมทั้งโครงสร้างองค์กร กฎหมาย กระบวนการและธรรมเนียมปฏิบัติต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งกำกับพฤติกรรมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาเมือง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และประชาชนทั่วไป เนื่องจากปัญหาด้านสถาบันด้านผังเมืองมีอยู่มาก เนื้อหาในส่วนนี้จะเน้นเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องการท่องเที่ยว

ประเด็นแรกคือ ประเทศไทยยังไม่ได้มีนโยบายและแผนการพัฒนาเมืองที่ให้ความสำคัญถึงเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและครอบคลุม แม้ว่าการท่องเที่ยวอาจเป็นสาขาเศรษฐกิจหนึ่งที่สำคัญของเมืองก็ตาม จากที่ได้ทบทวนและนำเสนอไปแล้วในบทก่อนหน้า นโยบายด้านการพัฒนาเมืองของประเทศไทยในปัจจุบันไม่ได้ให้ความสำคัญกับด้านการท่องเที่ยวเท่าใดนัก ผังเมืองรวม ซึ่งควรทำหน้าที่ในการแสดงนโยบายในภาพรวมและทิศทางการพัฒนาเมืองแต่ละแห่ง ยังคงเน้นไปที่การควบคุม (control) การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นหลัก ไม่ได้เน้นเรื่องทิศทางและแนวทางการพัฒนา (development) มากพอ จากประสบการณ์ของคณะผู้วิจัยที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำผังเมืองรวมมาบ้าง และจากที่รับทราบจากผู้จัดทำผังเมืองรวมอื่น ๆ อาจสรุปได้ว่า กระบวนการวางผังเมืองที่ผ่านมาไม่ได้วิเคราะห์ความต้องการด้านการท่องเที่ยวออกมาเป็นองค์ประกอบด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและโครงสร้างพื้นฐานที่ชัดเจน เนื้อหาที่พอมีบ้างก็เพียงการนำเสนอว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละเมืองมีมากน้อยเพียงใดและเพิ่มมากขึ้นเท่าใดเท่านั้น ไม่ได้ให้ความสำคัญกับแนวโน้มและปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

ประเด็นที่ 2 เกี่ยวข้องกับมาตรการและเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการดำเนินการตามนโยบายและแผนที่ได้วางไว้ในปัจจุบัน เริ่มต้นจากผังเมืองรวมที่ควรเป็นเครื่องมือในการประสานนโยบายและทิศทางการทำงานของหน่วยงานด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นถนน ไฟฟ้า ประปา การจัดการขยะ และบำบัดน้ำเสีย แต่ในปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าใดนัก เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีนโยบายและทิศทางการทำงานเป็นของตนเอง และอาจไม่ทำตามผังเมืองรวม ในหลายกรณี ผังเมืองรวมเป็นเพียงแผนและผังที่เอาแผนงานของหน่วยงานอื่น ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเท่านั้น

ประเด็นที่ 3 มาตรการและเครื่องมือด้านผังเมืองบางอย่าง แม้มีกำหนดไว้ชัดเจนในกฎหมาย แต่ก็ยังไม่สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ผังเมืองเฉพาะที่ดำเนินการตามผังเมืองรวมโดยกำหนดพื้นที่ชัดเจนในการดำเนินโครงการพัฒนาเมืองที่เป็นรูปธรรม ในปัจจุบันยังไม่มีกรจัดทำผังเมืองเฉพาะที่ปรากฏออกมาเป็นโครงการที่แล้วเสร็จ เหตุผลสำคัญคือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกรงว่า การจัดทำผังเมืองเฉพาะจะต้องเวนคืนที่ดิน ซึ่งต้องออกเป็นพระราชบัญญัติที่ผ่านสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำให้เกิดความยุ่งยากและโครงการพัฒนาเกิดขึ้นได้ยาก จึงเลือกที่จะไม่จัดทำผังเมืองเฉพาะ แต่เน้นไปเฉพาะที่การจัดทำผังเมือง ทำให้กระบวนการวางแผนและพัฒนาเมืองของไทยไม่สามารถทำได้มากกว่าควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดิน

นอกจากนี้ มาตรการด้านการควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินและการก่อสร้างอาคารยังไม่ครอบคลุมและเข้มงวดมากพอที่จะใช้ในการปกป้องพื้นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเมืองหรือแม้แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีทิวทัศน์สวยงามตามธรรมชาติอาจถูกทำลายได้ โดยการสร้างโรงแรมหรือรีสอร์ทที่ไม่สอดคล้องกับสภาพธรรมชาติของพื้นที่ เมืองและชุมชนท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น เชียงใหม่และเชียงคาน อาจกำหนดแนวทางการออกแบบ (design guidelines) ไว้แล้วบ้าง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่พอสมควรในด้านการบังคับใช้ให้เป็นไปตามข้อบัญญัติที่ออกโดยท้องถิ่น ในหลายพื้นที่ที่ควรมีแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมก็ยังไม่มีการพัฒนาและบังคับใช้มาตรการออกแบบประเภทนี้

ความปลอดภัย

ความปลอดภัยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว จากสถิติของกระทรวงการต่างประเทศและการค้าของออสเตรเลีย ระบุว่าเมืองไทยเป็นเมืองที่อันตรายที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย จากสถิติของ ค.ศ. 2016 – 2017 ซึ่งมีผู้เสียชีวิต 203 ราย ผู้บาดเจ็บ 195 ราย และผู้สูญหายอีก 74 ราย⁷⁰ กรณีต่อมาคือ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังได้รับฉายาว่า “เกาะฆาตกร” จากข่าวการตายของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 7 คน ถูกฆาตกรรมอย่างโหดเหี้ยมภายในเกาะ และไม่สามารถหาผู้กระทำผิดมาลงโทษได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย⁷¹

อีกด้านหนึ่งของปัญหาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวคืออุบัติเหตุทางถนน รายงานจากข้อมูลขององค์อนามัยโลก เมื่อ พ.ศ. 2556 ว่าถนนเมืองไทยอันตรายที่สุดในโลก จากสถิติผู้ประสบอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งเกิดจากถนนที่มีสภาพไม่เหมาะสมและพฤติกรรมรถชนขี่ของคนขับรถยนต์ ซึ่งนำไปสู่อุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับคนขี่จักรยานยนต์ นักท่องเที่ยวจำนวนมากบาดเจ็บและเสียชีวิตด้วยสาเหตุดังกล่าว

นอกจากนี้ ความเป็นห่วงด้านการก่อการร้ายยังมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมายังประเทศไทย จากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เดอะซัน สำนักงานการต่างประเทศ สหราชอาณาจักร หรือ เอฟโอ ประกาศเตือนภัยก่อการร้าย โดยระบุประเทศที่ชาวอังกฤษนิยมมาท่องเที่ยว ซึ่งมีประเทศไทยติดอยู่ในกลุ่มประเทศที่เสี่ยงต่อก่อการร้าย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวชายหาดอย่างหัวหิน ตรัง กระบี่ ภูเก็ต และพังงา⁷² นอกจากนี้ ในช่วงที่ประเทศไทยขาดเสถียรภาพทางการเมือง การชุมนุมประท้วงทาง

⁷⁰ <https://www.voicetv.co.th/read/530002>

⁷¹ <https://news.thaipbs.or.th/content/263971>

⁷² https://www.khaosod.co.th/around-the-world-news/news_691512

การเมืองในประเทศไทย ยังส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเข้ามาในประเทศไทยด้วย จากความไม่แน่นอน และเกรงจะได้รับอันตราย⁷³

สรุปท้ายบท

เนื้อหาในบทนี้ได้ประมวลนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการหลัก และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทย รวมถึงภาพรวมปัญหาและความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทย สรุปโดยคร่าวได้ว่า นโยบายและโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นการตลาดและดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ก็เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีรูปแบบเป็นนโยบายเชิงรับ (reactive) ที่ปรับเปลี่ยนไปตามแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และเมื่อมีผลกระทบเชิงลบต่อพื้นที่ท่องเที่ยวไปแล้ว นโยบายการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวที่ผ่านมาไม่ได้จัดเตรียมเมืองให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระดับโลก ทำให้พื้นที่เมืองโดยมากมีสภาพที่ไม่พร้อมรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อไปมากกว่านี้ได้ ผลการทบทวนนโยบาย แผนงานและแนวคิดดังกล่าว จะใช้เป็นพื้นฐานของเนื้อหาในบทต่อ ๆ ไป ซึ่งจะนำเสนอกระบวนการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา แนวโน้ม และโอกาสต่าง ๆ ซึ่งได้ข้อมูลมาจากการรับฟังและสังเกตเห็นในการลงสำรวจพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด ประกอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับทุติยภูมิที่สามารถหาได้ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวางแผนนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองในแต่ละพื้นที่กรณีศึกษาต่อไป

⁷³ <https://positioningmag.com/51813>