

บทที่ 4 กระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

บทนำ

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอตัวอย่างของกระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ทดลองใช้บางส่วนกับพื้นที่การศึกษาทั้ง 3 จังหวัด เนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกอธิบายกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยเน้นการวางแผนแบบการสร้างความภาคภูมิใจ ซึ่งแตกต่างจากแนวทางการวางแผนเมืองที่ดำเนินการอยู่ทั่วไปในประเทศไทย ส่วนที่สองอธิบายกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมือง ซึ่งจะตอบโจทย์ความท้าทายด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และการตลาดของเมืองท่องเที่ยว ส่วนที่สามอธิบายแนวคิดและขั้นตอนการออกแบบเมืองที่รองรับความท้าทายด้านการท่องเที่ยวของเมือง การนำเสนอเนื้อหาทั้งสามส่วนในบทนี้จะเน้นแนวคิดและหลักการสำคัญในภาพรวม โดยเสริมด้วยบทสรุปโดยคร่าวจากการทดลองประยุกต์ใช้กระบวนการนั้นในพื้นที่ศึกษา ส่วนรายละเอียดของการดำเนินกระบวนการวิเคราะห์และผลลัพธ์ที่ได้นั้น จะนำเสนอในบทที่ 5 ถึง 7

การวางแผนยุทธศาสตร์แบบฉากทัศน์

การวางแผนเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอดีตและปัจจุบัน ความท้าทายหนึ่งในการวางแผนคือ ข้อมูลและความรู้ที่นักวิเคราะห์และวางแผนมีอยู่เป็นข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอดีตและปัจจุบัน ไม่ใช่ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอนาคต แต่นักวางแผนต้องตัดสินใจเกี่ยวกับอนาคตโดยที่ไม่รู้ว่าอนาคตจะเกิดอะไรขึ้นและมีความเป็นไปได้อย่างไร ด้วยเหตุนี้ ขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญในการวางแผนคือการคาดการณ์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่พยายามทำความเข้าใจกับภาพอนาคตที่อาจเกิดขึ้น ก่อนที่เราจะตัดสินใจทำอะไรลงไป ดังนั้น การวางแผนหนึ่งก็คือการตัดสินใจเกี่ยวกับอนาคต ด้วยความรู้และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในปัจจุบันจากมุมมองและข้อมูลที่ได้จากอดีต ปฏิทรรศน์หรือพาราด็อกซ์ (paradox) นี้ถือเป็นความท้าทายสำคัญของการวางแผน

การวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและการฉายภาพที่จะเกิดขึ้นอนาคตเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการวางแผน แต่เนื่องจากไม่มีใครสามารถหยั่งรู้อนาคตได้ นักวางแผนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงต้องตัดสินใจว่าปัจจัยและภาพการเปลี่ยนแปลงในอนาคตใดที่คิดว่าสมเหตุสมผลมากกว่ากัน โดยอาศัยตามผลการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจว่าภาพอนาคตจะเป็นอย่างไรนั้น มักเป็นกระบวนการทางการเมือง และมีการเห็นต่าง ถกเถียงและโต้แย้งกันเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ เพราะแต่ละกลุ่มแต่ละคนมีผลประโยชน์ ค่านิยมและความคิดเห็นที่แตกต่างกัน การสร้างการยอมรับของประชาชนในแผนและโครงการพัฒนาและลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในเมืองจึงเป็นเรื่องยาก ด้วยเหตุนี้ กระบวนการและเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงต้องมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งความซับซ้อนและความไม่แน่นอนของ

ปัจจัยต่าง ๆ ทำให้แนวทางการคาดการณ์และวางแผนแบบเดิมไม่สามารถตอบโจทย์และความท้าทายที่เปลี่ยนไปได้ ด้วยเหตุเหล่านี้ จึงจำเป็นต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการวางแผนที่สามารถคาดการณ์อนาคต เพื่อให้แผนและการดำเนินการมีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์อดีตและปัจจุบัน

ด้วยการทำความเข้าใจในอดีตและปัจจุบันเป็นพื้นฐานสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นของการวางแผน การวางแผนยุทธศาสตร์โดยทั่วไปจึงเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กรหรือพื้นที่ศึกษา วิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเมืองมีอยู่หลายวิธี ในการวิเคราะห์ภาพรวมของเมืองกรณีศึกษาในงานนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่เป็นที่รู้จักกันอยู่ทั่วไป นั่นก็คือ วิธีการสวอตและโทวส์ (SWOT-TOWS)

SWOT และ TOWS

วิธีการที่รู้จักกันมากและใช้กันอยู่ทั่วไปในการวิเคราะห์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ขององค์กรและนโยบายสาธารณะคือวิธีการสวอต (SWOT) ซึ่งวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรหรือนโยบายที่ต้องดำเนินการ SWOT ย่อมาจาก Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats ตามคำอธิบายโดยคร่าวดังนี้

- S หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรหรือพื้นที่เมืองหรือย่านที่ต้องการวางแผน
- W หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรหรือพื้นที่วางแผน
- O หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกที่เกื้อหนุน เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการพัฒนาหรือบรรลุพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรหรือพื้นที่นั้น ๆ
- T หมายถึง ภัยคุกคามหรืออุปสรรค ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ทำให้องค์กรหรือพื้นที่นั้น ๆ ไม่สามารถดำเนินการหรือบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย

วิธีการวิเคราะห์ SWOT นี้เป็นวิธีการเบื้องต้นที่นักวางแผนพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยว สามารถใช้วิเคราะห์พื้นที่เมืองในบริบทต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เมื่อได้วิเคราะห์ SWOT แล้ว ขั้นตอนไปจึงเป็นการสลับไขว้ปัจจัยที่ได้วิเคราะห์มาในตาราง SWOT เพื่อสร้างตารางทางเลือกยุทธศาสตร์ (TOWS Strategic Options) ซึ่งนำเอาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาไขว้กัน เพื่อสร้างยุทธศาสตร์ใน 4 รูปแบบ ได้แก่

- 1) ยุทธศาสตร์จุดแข็งและโอกาส (Strengths and Opportunities - SO) โจทย์หลักในส่วนนี้คือ เมืองจะใช้จุดแข็งส่วนไหนและอย่างไรเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก
- 2) ยุทธศาสตร์จุดแข็งและภัยคุกคาม (Strengths and Threats - ST) – โจทย์หลักคือ จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่อย่างไร เพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคามที่มีอยู่และคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต
- 3) ยุทธศาสตร์จุดอ่อนและโอกาส (Weaknesses and Opportunities – WO) – โจทย์หลักคือ จะใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นแล้วหรือคาดว่าจะเกิดขึ้นได้อย่างไร เพื่อจัดการกับจุดอ่อนที่มีอยู่ของพื้นที่
- 4) ยุทธศาสตร์จุดอ่อนและภัยคุกคาม (Weaknesses and Threats – WT) โจทย์หลักคือ ยุทธศาสตร์ใดที่จะสามารถลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามไปได้พร้อมกัน

STEEP

อีกวิธีการหนึ่งในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมคือการสำรวจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมืองและค่านิยม (Social, Technological, Economic, Environmental, Political, and Value – STEEPV) เนื่องจากความเป็นไปในโลกปัจจุบันมีความซับซ้อน อีกทั้งปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การวางแผนพัฒนาที่มีความยากมากยิ่งขึ้น แนวคิด แนวทางและวิธีการวางแผนที่เคยใช้มาแต่อดีตจึงอาจต้องปรับปรุงให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น การวิเคราะห์ STEEPV เป็นกรอบแนวคิดหนึ่งซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลงเป็นไปได้ง่ายขึ้น

ตัวอย่างปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์ในการสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยว

การพัฒนาพื้นที่ในเมืองท่องเที่ยวมักได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการ ทั้งในระดับโลก ภูมิภาค ประเทศ เมือง และชุมชน โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ปัจจัยหรือแนวโน้มใหญ่ที่เรียกว่า เมกะเทรนด์ (megatrends) และปัจจัยตัวเปลี่ยนเกม (game changer) ตัวอย่างของแนวโน้มใหญ่และตัวเปลี่ยนเกมที่คาดว่าจะมีผลต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้

แนวโน้มใหญ่หรือเมกะเทรนด์

แนวโน้มใหญ่หรือเมกะเทรนด์คือการเปลี่ยนแปลงระยะยาวที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการเมือง โดยมีผลกระทบอย่างถาวรหรือคงอยู่เป็นเวลานาน และมีผลกระทบสืบเนื่องไปยังปรากฏการณ์อื่น ๆ ตัวอย่างของแนวโน้มสำคัญในระดับโลกจากการวิเคราะห์โดย National Intelligence Council ใน ค.ศ. 2012 ได้แก่ การเพิ่มอำนาจและพลังของปัจเจกบุคคล (Individual empowerment)

การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร (Demographic transitions) โลกพหุนิยม พหุขั้ว (Pluralistic, multi-polar world) และความยั่งยืนและความมั่นคง (Sustainability and resiliency)⁷⁴

- 1) การเพิ่มอำนาจและพลังของปัจเจกบุคคล (Individual empowerment) การเพิ่มอำนาจและความสามารถของปัจเจกบุคคลในการตัดสินใจและดำเนินชีวิตของตนเอง ทั้งในการบริโภค การผลิต การเดินทางและติดต่อสื่อสาร และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม อาทิ การเพิ่มจำนวนของชนชั้นกลาง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการการผลิต และการให้ความสำคัญกับสุขภาพและสุขภาวะ
- 2) การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง และเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการพัฒนาเมือง แนวโน้มนี้แบ่งออกได้ 4 ประเด็นสำคัญด้วยกัน ได้แก่ กระบวนการเป็นเมือง การเคลื่อนที่ของมนุษย์ (Human mobility) การเข้าสู่สังคมสูงวัย และประชากรเจนวาย (Generation Y)
- 3) โลกพหุนิยมและพหุขั้ว ระบบสังคมและการเมืองในโลกจะเปลี่ยนไป ทั้งโครงสร้างอำนาจใหม่ในโลกและภูมิภาคที่มีความหลากหลายและมีขั้วอำนาจมากขึ้น อาทิ บูรพาภิวัตน์ เครือข่ายที่หลากหลายและยืดหยุ่น การก่อการร้ายระดับโลก สังคมแบบพหุนิยม และความเหลื่อมล้ำที่เพิ่มมากขึ้น
- 4) ความยั่งยืนและความพร้อมฟื้นตัว (Sustainability and resiliency) แนวโน้มสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาเมืองทั่วโลกคือเรื่องความยั่งยืนของการใช้ทรัพยากรและความพร้อมฟื้นตัวของเมือง การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศเกิดขึ้นพร้อมกับการเกิดภัยพิบัติที่บ่อยครั้งขึ้นและคาดการณ์ได้ยากขึ้น เริ่มมีผลต่อแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาเมืองในอนาคต สำหรับประเทศไทยนั้น ปัญหาที่น่าท่วมเป็นภัยพิบัติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งที่สุดและคาดว่่าก็ยังคงมีอยู่ต่อไป ในขณะเดียวกัน ความต้องการน้ำ พลังงาน อาหาร และที่ดินคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบท จึงทำให้การวางแผนและออกแบบพื้นที่จำเป็นต้องคำนึงข้อจำกัดนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ตัวเปลี่ยนเกม

ตัวเปลี่ยนเกม (Game changers) คือปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหน้ามือเป็นหลังมือ และเป็นปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนสูง ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตัวเปลี่ยนแปลงจะทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การวางแผนฉากทัศน์ (scenario planning) เพื่อการพัฒนานองค์กรหรือการพัฒนาเมือง จำเป็นต้องคำนึงถึงภาพอนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้จากตัวเปลี่ยนเกมในด้านต่าง ๆ ดังตัวอย่างดังนี้

⁷⁴ National Intelligence Council (2012)

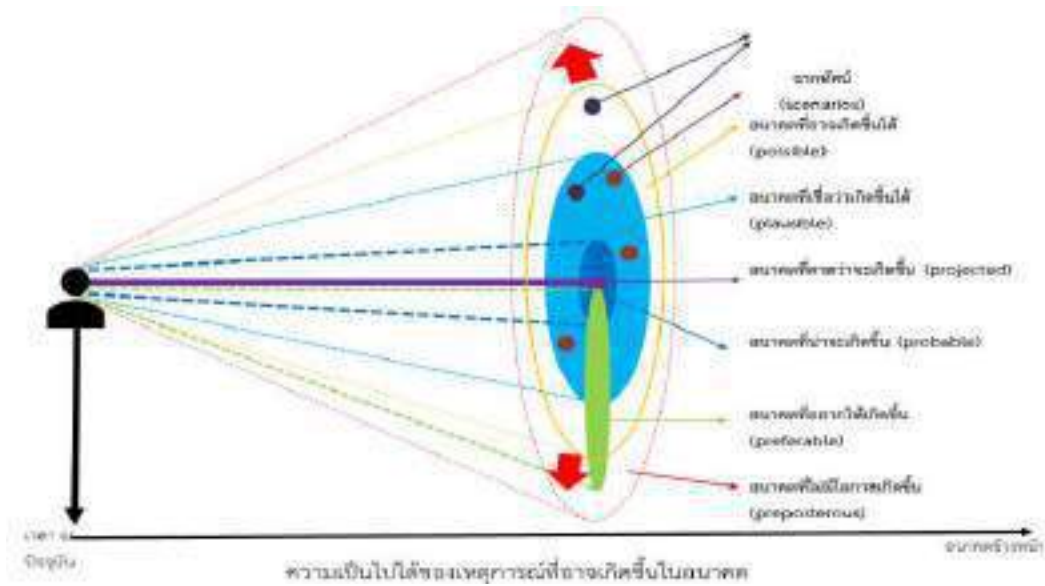
- 1) **เศรษฐกิจโลก** การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีน อินเดียและอินโดนีเซีย ทำให้เศรษฐกิจโลกมีหลายขั้วมากยิ่งขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ประเทศตะวันตกในยุโรปและอเมริกาเหนือ และประเทศญี่ปุ่น ประเด็นที่สำคัญในส่วนนี้คือความหลากหลายดังกล่าวจะทำให้เศรษฐกิจโลกในภาพรวมมีเสถียรภาพมากขึ้น หรืออาจทำให้ความผันผวนมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม
- 2) **ระบบอภิบาลและความเป็นประชาธิปไตย** เงื่อนไขสำคัญอยู่ที่ความสามารถของรัฐในการตอบสนองความต้องการของประชาชนและปัจจัยอื่นที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว หากรัฐสามารถกำหนดและดำเนินนโยบายสาธารณะได้ดีและตอบรับกับความต้องการของประชาชนได้อย่างมีธรรมาภิบาลก็จะทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจต่อไปได้ แต่ถ้ารัฐไม่สามารถดำเนินการได้ ก็จะทำให้เกิดปัญหาด้านการลงทุนและด้านอื่น ๆ ตามมา
- 3) **ความขัดแย้งและความไร้เสถียรภาพด้านการเมือง** ความขัดแย้งด้านศาสนาและการเมืองในตะวันออกกลางและเอเชีย รวมทั้งความขัดแย้งด้านการเมืองภายในประเทศย่อมมีผลต่อการพัฒนา เนื่องจากการตัดสินใจในการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีมูลค่าสูง ต้องขึ้นอยู่กับเสถียรภาพด้านการเมือง
- 4) **อุตสาหกรรมยุค 4.0** ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดบูรณาการระหว่างระบบไซเบอร์กับระบบกายภาพ หรือที่เรียกว่า อุตสาหกรรมยุค 4.0 (Industry 4.0) อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในระบบการผลิต รวมถึงพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตและการบริโภค เทคโนโลยีที่ต้องจับตามองคือ กลุ่มเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) ซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมโยงและการบรรจบกันของเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ รวมทั้งการใช้อภิมาหาข้อมูลหรือบิ๊กดาต้า (Big data) ในการวิเคราะห์ วางแผนและออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการ ในด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองก็คือ กลุ่มเทคโนโลยีว่าด้วยบ้านและเมืองชาญฉลาด รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน เช่น พานะเครื่องยนต์ไฟฟ้า เงื่อนไขสำคัญในส่วนนี้คือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้จะเกิดขึ้นเร็วช้าขนาดไหน และในระดับใด

ปัจจัยเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ในการมองอนาคตและการสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยว โดยใช้ประกอบกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่น่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งในระดับโลก ภูมิภาค ประเทศ และท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและบริหารจัดการเมือง งานวิจัยครั้งนี้ได้ทดลองวิเคราะห์แนวโน้มตามกรอบดังกล่าวกับเมืองกรณศึกษาใน 3 จังหวัด เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาสร้างฉากทัศน์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวต่อไป

กระบวนการสร้างฉากทัศน์

การมองอนาคตตามแนวคิดและแนวทางในการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป มักเน้นการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ ทำนาย (predict) อนาคต

การเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น แล้วจึงตั้งเป็นวิสัยทัศน์ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการทำนายเป็นการสันนิษฐานอนาคตเพียงรูปแบบเดียว อาจไม่เหมาะสมในทุกสถานการณ์ จึงต้องใช้วิธีคาดการณ์ (foresight) ที่เปิดกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะตามแนวคิดที่ว่า ภาพอนาคตมีทั้งที่เป็นภาพที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ (possible) อนาคตที่ดูเหมือนน่าจะเกิดขึ้นได้ (plausible futures) อนาคตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจริง (probable futures) และอนาคตที่อยากให้หรือควรจะเกิดขึ้น (preferable/desirable futures) เมื่อทราบถึงความหลากหลายและระดับความเป็นไปได้ที่แตกต่างกันของทางเลือกอนาคตต่าง ๆ แล้ว จึงสร้างภาพอนาคตเป็นฉาก ๆ ที่ทำให้ผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนเห็นถึงทางเลือกของอนาคตที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้จริง ก่อนที่จะไปสร้างยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และวิธีการที่สามารถใช้ได้กับแทบทุกสถานการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต (robust) กระบวนการวางแผนแบบนี้เรียกว่า การวางแผนแบบฉากทัศน์ (scenario planning)



แผนภาพที่ 4-1 กรวยอนาคต (Futures Cone)

ที่มา : อภิวัฒน์ รัตนวราหะ (2562) ดัดแปลงจาก Voros (2003)

กระบวนการวางแผนฉากทัศน์เป็นการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและอย่างสร้างสรรค์เกี่ยวกับทางเลือกที่มีโอกาสในอนาคตตามเงื่อนไขและข้อสมมติที่ตั้งไว้ การวางแผนฉากทัศน์เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อน (drivers) ทั้งความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ความไม่แน่นอนและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น แล้วจึงสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในอนาคต เพื่อประเมินกลยุทธ์ที่สามารถดำเนินการได้ในแต่ละสถานการณ์ กระบวนการสร้างภาพอนาคตมีอยู่หลากหลาย แต่โดยทั่วไปมีขั้นตอนดังต่อไปนี้⁷⁵

1. ระบุประเด็นปัญหา

⁷⁵ อภิวัฒน์ รัตนวราหะ (2562)

2. การคัดเลือกปัจจัยขับเคลื่อน (drivers)
3. จัดลำดับปัจจัยขับเคลื่อน
4. กำหนดตรรกะฉากทัศน์ (scenario logics)
5. พัฒนาฉากทัศน์
6. เลือกดัชนีชี้วัดสำหรับการติดตามผล
7. การประเมิน (assessment) ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแต่ละฉากทัศน์
8. การประเมิน (evaluation) ทางเลือกยุทธศาสตร์

1. ระบุประเด็นปัญหา

ขั้นตอนแรกคือ การระบุและคัดเลือกประเด็นปัญหาที่องค์กรหรือพื้นที่นั้นจะประสบอยู่ในปัจจุบันหรืออาจประสบในอนาคต เมื่อคณะทำงานได้กำหนดกรอบของประเด็นปัญหาแล้ว จึงมีการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงสภาพแวดล้อมหรือบริบทของการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการคาดการณ์

2. การคัดเลือกและจัดอันดับปัจจัยขับเคลื่อน (drivers)

ขั้นตอนต่อมาเป็นการคัดเลือกและจัดอันดับปัจจัยขับเคลื่อนหรือแนวโน้มที่คาดว่าจะมีผลต่อประเด็นปัญหาที่ตั้งไว้ ปัจจัยที่ใช้ในการคาดการณ์อนาคตระยะยาวด้วยวิธีการฉากทัศน์อาจเน้นที่ปัจจัยเชิงระบบในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านประชากร ด้านเศรษฐกิจ ทั้งการบริโภค การผลิต โลกาภิวัตน์ ด้านสังคม วัฒนธรรม ศาสนาและความเชื่อ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้านการใช้ที่ดิน ฯลฯ

การวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้อาจทำได้ตามกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ชั้นสาเหตุ (Causal layered analysis) ของ Sohail Inayatullah (2004) ซึ่งแสดงได้โดยภาพภูเขาน้ำแข็งในรูปข้างล่างนี้ ประเด็นสำคัญจากภาพดังกล่าวคือ ปัญหาและปรากฏการณ์ที่ปรากฏให้เห็นและได้ยินดังเช่นในข่าวประจำวันนั้น เป็นเพียงยอดของภูเขาน้ำแข็ง แต่ในเบื้องลึกกว่านั้นมีสาเหตุเชิงระบบที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งในด้านสังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและการเมือง (Social, Technological, Environmental, Economic, and Political) ยิ่งถลกลงไปกว่านั้นเป็นในระดับวาทกรรม โลกทัศน์และอุดมคติของคนในสังคม รวมไปถึงเทพนิยายปรัมปรา ตำนานหรือความเชื่อลึกลับที่อยู่ใต้จิตสำนึกของมนุษย์ ปัจจัยเบื้องลึกเหล่านี้ใช้เวลาานมากกว่าปัจจัยเชิงระบบในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 4-1 แนวทางการวางแผนตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ

		ระดับผลกระทบ (Impact)		
		สูง	กลาง	ต่ำ
ระดับความไม่แน่นอน (Uncertainty)	สูง	ปัจจัยสำคัญที่สุดที่กำหนดฉากทัศน์	ปัจจัยสำคัญที่กำหนดฉากทัศน์	สังเกตการณ์
	กลาง	ปัจจัยสำคัญที่กำหนดฉากทัศน์	ปัจจัยที่ควรคำนึงในการวางแผน	สังเกตการณ์
	ต่ำ	ประเด็นวิกฤติที่ต้องอยู่ในแผน	ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงในการวางแผน	ประเมินและติดตาม

ในการวางแผนยุทธศาสตร์ของหลายองค์กร เนื้อหาของแผนมักครอบคลุมประเด็นมากมาย บางครั้งไม่สามารถระบุได้ว่าประเด็นไหนสำคัญกว่าและควรได้รับการจัดอันดับความสำคัญในการดำเนินงานในลำดับต้น ๆ อีกทั้งยังไม่ได้มีการระบุลงไปอย่างชัดเจนว่า ประเด็นไหนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนมากน้อยต่างกันอย่างไร มีผลกระทบต่อเป้าหมายในเชิงนโยบายต่างกันอย่างไร การวิเคราะห์ประเด็นและปัจจัยขับเคลื่อนในการวางแผนตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ จะทำให้สามารถกำหนดรูปแบบของการวางแผนได้ดียิ่งขึ้น

ฉากทัศน์ที่พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนและผลกระทบจะแสดงให้เห็นภาพอนาคตที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้นักวางแผนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกระบวนการ สามารถเตรียมการไว้สำหรับแต่ละกรณีได้ ในบริบทของปัญหาที่มีปัจจัยไม่แน่นอนสูง การวางแผนสำหรับภาพอนาคตภาพเดียวจะทำให้เกิดความเสถียรสูง และทำให้ไม่สามารถรับมือกับสิ่งที่ไม่ได้คาดหมายมาก่อนได้ การวางแผนแบบฉากทัศน์ที่เตรียมการไว้สำหรับภาพอนาคตที่มีผลกระทบสูงและมีโอกาสเกิดขึ้นได้ จะทำให้สามารถลดและกระจายความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้

4. กำหนดตรรกะฉากทัศน์

ขั้นตอนต่อมาคือ การกำหนดตรรกะฉากทัศน์ (scenario logics) ตามระดับของความไม่แน่นอนและผลกระทบที่ประเมินได้ว่าจะเกิดขึ้น วิธีการหนึ่งในการสร้างตรรกะฉากทัศน์คือการเลือกปัจจัยที่สำคัญที่สุดและมีความไม่แน่นอนสูงสุด 2 ปัจจัย แล้วสร้างเป็นแกนตรรกะ 2 แกนไขว้กัน การเลือกตรรกะของฉากทัศน์นี้มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากเป็นเกณฑ์ในการสร้างกรอบความคิดและกรอบของยุทธศาสตร์และกิจกรรมที่จะดำเนินการต่อไป ขั้นตอนนี้จึงต้องให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมกันคิด เพื่อให้ได้ตรรกะฉากทัศน์ที่เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายได้ อย่างไรก็ตาม การสร้างฉากทัศน์ไม่ใช่ตรรกะฉากทัศน์มาไขว้กันก็ได้ แต่ก็อาจใช้วิธีการ

อื่น ๆ ในการสร้างฉากทัศน์ได้ตามความเหมาะสม เช่น ฉากทัศน์ตามแนวโน้มปกติ (business as usual) ฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่แย่ที่สุด (worst case scenario) และฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่ดีที่สุด (best case scenario)

5. พัฒนาฉากทัศน์

ฉากทัศน์คือภาพต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ตามมิติของแกนและขั้วของปัจจัยที่แตกต่างกัน ฉากทัศน์สามารถเขียนออกมาได้เป็นเรื่องราวในอนาคตที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้และน่าจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะภาพอนาคตที่แตกต่างและไม่ต่อเนื่องจากภาพปัจจุบัน วิธีการสร้างฉากทัศน์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทดลองวาดภาพเรื่องราวที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจในการเตรียมทางเลือกในอนาคต ตามหลักการของวิธีการสร้างฉากทัศน์ องค์ประกอบในเนื้อหาของแต่ละฉากทัศน์ควรมีทั้งภาพที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ โดยมีเกณฑ์หลักในการเขียนรายละเอียด 5 ประการ ได้แก่

- 1) มีความเป็นไปได้ ... ที่แต่ละปัจจัยและองค์ประกอบจะเกิดขึ้นได้จริง
- 2) มีความแตกต่าง ... ระหว่างเรื่องราวและองค์ประกอบของแต่ละฉากทัศน์มากเพียงพอ
- 3) มีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน ... ระหว่างองค์ประกอบและเนื้อหาในฉากทัศน์เดียวกัน
- 4) มีประโยชน์ในเชิงการตัดสินใจ ... ฉากทัศน์แต่ละภาพและฉากทัศน์ทั้งหมดต้องสามารถแปลงออกมาเป็นทางเลือกในการตัดสินใจได้
- 5) มีความท้าทาย ... ที่จะทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการและกระบวนการทำงานใหม่ เพราะเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต

6. เลือกดัชนีชี้วัดสำหรับการติดตามผล

ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดดัชนีชี้วัดที่ใช้ในการประเมินว่า ฉากทัศน์แต่ละฉากจะทำให้เกิดผลกระทบหรือผลลัพธ์อย่างไร เพื่อนำมาตัดสินใจว่า องค์กรหรือพื้นที่นั้นควรต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละฉากทัศน์

7. การประเมินผลกระทบของแต่ละฉากทัศน์

แต่ละฉากทัศน์มีความแตกต่างกันในด้านเนื้อหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ จึงต้องมีการประเมิน (assess) ผลกระทบในแต่ละสถานการณ์ เพื่อนำผลที่ได้มาวางกลยุทธ์ในการรับมือกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

8. การประเมินทางเลือกยุทธศาสตร์

วัตถุประสงค์หลักของการสร้างฉากทัศน์คือ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในอนาคต ขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการสร้างฉากทัศน์คือการประเมิน (evaluate) ผลลัพธ์ของทางเลือกกลยุทธ์ในการเตรียมตัวและรับมือกับสถานการณ์ในแต่ละฉากทัศน์

อนึ่ง ฉากทัศน์ที่ดีและเป็นประโยชน์ควรมีเนื้อหาตรงกับประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อองค์กรหรือพื้นที่ศึกษา เนื่องจากประเด็นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีอยู่มาก และสามารถสร้างฉากทัศน์ได้จำนวนมาก ดังนั้น การสร้างเรื่องราวที่ตรงประเด็นและไม่เินยื้อ และไม่ยาวเกินไป จึงสำคัญมาก

ฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยว

การวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำต้องเป็นมากกว่าการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน ปัจจัยหลายอย่างอาจมีความไม่แน่นอนสูง แต่มีผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวและต่อเมืองในอนาคต นักวางแผนจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงไว้วางหน้า อาทิ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ และการตกต่ำทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การสรรค์สร้างสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวยังต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ เพื่อให้พื้นที่เมืองตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับคนในท้องถิ่นอีก การคาดการณ์และจินตนาการเกี่ยวกับอนาคตของเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญ

เนื่องจากการวางแผนการท่องเที่ยวมีขอบเขตรอบคลุมกิจกรรมที่เกินไปจากการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองโดยทั่วไป เช่น การส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยว การตลาด ฯลฯ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรง นักออกแบบและพัฒนาเมืองจึงไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว แต่ต้องมีความตระหนักและเข้าใจในกิจกรรมสำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และใช้ข้อมูลความรู้นั้นในการวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมือง พร้อมกันนี้ นักวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองควรให้ข้อมูลและความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาเมืองกับผู้ประกอบการและนักนโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นโยบายในสองด้านนี้สอดคล้องและเสริมฤทธิ์ซึ่งกันและกัน

การวางแผนด้วยฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยวในอนาคตสามารถประยุกต์ใช้กระบวนการวางแผนฉากทัศน์ที่ได้นำเสนอมาแล้วข้างต้น โดยวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวและต่อเมือง ไปพร้อมกับการสร้างจินตนาการเกี่ยวกับทางเลือกที่มีโอกาสในอนาคตตามเงื่อนไขและข้อสมมติที่ตั้งไว้ เมื่อได้ระบุและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญแล้ว นักวางแผนจะเลือกปัจจัยหรือประเด็นที่คิดว่าสำคัญที่สุดมากำหนดตรรกะของฉากทัศน์ตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบของปัจจัยเหล่านั้นต่อการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการสร้างฉากทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปตามประเด็นยุทธศาสตร์บริบทและเงื่อนไขที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ในแต่ละกรณีศึกษา ในกรณีของภูเก็ต แกนของฉากทัศน์แบ่งออกเป็น

2 แกนคือ แกนของแนวทางการพัฒนาเมือง ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบครอบคลุมขนาดใหญ่ (Comprehensive, Big & Bold) และแบบทีละเล็กทีละน้อย (Incremental, Small is beautiful) และแกนของกลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบเน้นการเพิ่มมูลค่า (value-based, survival of the finest) หรือแบบลดราคา (cost-based, survival of the cheapest) เมื่อนำสองแกนนี้มาไขว้กันแล้ว จึงได้ฉากทัศน์สำหรับเมืองท่องเที่ยวในอนาคต 4 ภาพด้วยกัน ได้แก่ (1) เมืองติดกับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (Middle-income tourist trap) (2) ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (Tourist dystopia) (3) ไมอามีตะวันออก (Miami of the East) และ (4) รีเวียร่าแห่งอันดามัน (The Andaman Riviera)

ส่วนในกรณีของเชียงราย ทั้งสำหรับแม่สายและเชียงของ คณะผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสร้างฉากทัศน์อีกแบบหนึ่ง โดยเริ่มจากการตีความหมายของคำว่า “ชายแดน” ขึ้นมาใหม่ เนื่องจากทั้งแม่สายและเชียงของเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน ในที่นี้ ได้ตีความคำว่าชายแดนทั้งในความหมายของการข้าม (cross) การเชื่อม (bridge) และการเข้า (entry) พร้อมกับทางเลือกด้านฐานเศรษฐกิจหลักของเมืองในอนาคต จึงได้ฉากทัศน์สำหรับการพัฒนาและออกแบบเมือง 3 ภาพ ได้แก่ (1) ค้าขายชายแดน (Trading across borders) (2) ผจญภัยไร้พรมแดน (Exploring beyond frontier) และ (3) ประตูสู่ไทย (Gateway to Thailand)

สำหรับกรณีเมืองพัทลุงนั้น คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เป็นเมืองที่กำลังเผชิญกับแนวโน้มของการลดลงในด้านประชากรและเศรษฐกิจ เนื่องจากคนหนุ่มสาวย้ายออกและฐานเศรษฐกิจไม่ขยายตัวและมีความหลากหลาย โจทย์ด้านการท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เพียงแค่จะออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างไรให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่จะทำอย่างไรให้การท่องเที่ยวกลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยขยายฐานและเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจให้กับเมืองพัทลุง จากโจทย์ดังกล่าว จึงสามารถสร้างฉากทัศน์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวได้ตามกรอบแนวคิดดั้งเดิมของการสร้างฉากทัศน์คือ ฉากทัศน์ตามแนวโน้มปกติ (business as usual) ฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่แย่ที่สุด (worst-case scenario) และฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่ดีที่สุด (best-case scenario) ตามแนวทางดังกล่าว สามารถสร้างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงได้ 3 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองถูกลิ้ม – ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป (2) เมืองล่องแฉะ – พักพอหายเหนื่อย และ (3) เมืองต้องรัก – หมุดหมายปลายทาง รายละเอียดของฉากทัศน์เหล่านี้จะนำเสนอไว้ในบทที่ 5 ถึง 7

การพัฒนาแบรนด์เมือง

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในด้านการค้า การลงทุน เมืองต่างก็แข่งขันและแย่งชิงนักท่องเที่ยว ธุรกิจและการลงทุนซึ่งกันและกัน ไม่เฉพาะระหว่างเมืองระดับโลกที่อยู่คนละประเทศ แต่รวมถึงเมืองในประเทศเดียวกัน จึงมีความคิดที่ว่า แต่ละเมืองควรมียุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของเมืองตัวเองอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ และมีคุณค่าที่เสนอให้กับลูกค้า (value proposition) แต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน การสร้างแบรนด์เมือง

จัดอยู่ในกลุ่มแนวคิดการสร้างแบรนด์ของพื้นที่ (place branding) ซึ่งรัฐบาล หน่วยงานราชการหรือองค์กรของแต่ละพื้นที่พยายามสร้างขึ้นสำหรับพื้นที่ที่ตนเองรับผิดชอบ แบรนด์ของพื้นที่นี้มีองค์ประกอบที่สามารถรับรู้ได้ทั้งการมองเห็น (visual) การพูดและรับฟัง (verbal) และพฤติกรรมของกลุ่มคนในพื้นที่ที่ต้องการสร้างแบรนด์ แต่ละแบรนด์มีอิทธิพลและแรงโน้มน้าวกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายแตกต่างกันไป แต่ละแห่งก็ใช้แนวทางและวิธีการต่าง ๆ ในการโน้มน้าวความคิดและความพึงพอใจเกี่ยวกับพื้นที่ให้ดีขึ้น การรณรงค์และการโฆษณาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนพยายามสร้างแบรนด์ขึ้นมาเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

การพัฒนาแบรนด์เมืองเป็นองค์ประกอบหนึ่งของยุทธศาสตร์เมือง ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงแค่การจัดการด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และโฆษณาสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แต่ต้องรวมไปถึงการพัฒนากิจกรรม สินค้าและบริการ และการปรับเปลี่ยนพื้นที่จริงภายในเมือง เพื่อให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกเกี่ยวพันและมีประสบการณ์ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเมืองนั้น ๆ โดยผสมผสานเรื่องราวที่เป็นทั้งความจริงและจินตนาการ และทั้งข้อเท็จจริงและความรู้สึกประทับใจของกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาแบรนด์จึงเป็นการเปลี่ยนหรือพัฒนาภาพลักษณ์ของเมืองอย่างตั้งใจ โดยเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่ได้นำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการธรรมดา แต่ให้คุณค่าที่ตอบรับกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์จึงรวมไปถึงการจัดการ จัดระบบและประสานองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของเมือง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพของการบริการ รวมไปถึงการออกแบบอาคารและพื้นที่สาธารณะที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน

งานวิจัยในครั้งนี้ค้นพบว่า เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมากไม่ได้มีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองอย่างจริงจัง และมีน้อยมากที่นำแบรนด์ของเมืองมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาและออกแบบเมือง แม้ว่าบางเมือง เช่น ลำปาง ภูเก็ต และเชียงราย อาจมีการดำเนินกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองมาแล้วบ้าง แต่โดยมากยังจำกัดอยู่เพียงแค่การออกแบบโลโก้ คำขวัญ มาสคอต แต่น้อยมากที่ได้ถ่ายทอดแนวคิดของแบรนด์ออกมาในการพัฒนาและออกแบบพื้นที่ในเมือง เท่าที่พบคือมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สาธารณะ (street furniture) ที่พยายามสะท้อนแบรนด์ของเมืองเป็นหลัก

กระบวนการสำคัญที่ทดลองใช้ไปในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ การพัฒนาแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยว เนื้อหาในส่วนนี้เพิ่มเติมจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 โดยเน้นตัวอย่างกระบวนการในการพัฒนาแบรนด์ของเมือง งานศึกษาค้นคว้าที่ทดลองสร้างแบรนด์ของเมืองตามกระบวนการในการพัฒนาแบรนด์ 8 ขั้นตอน⁷⁶ ดังนี้

1) กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

ในการพัฒนาแบรนด์ของเมือง นักวางแผนและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเข้าใจเป้าหมายและวัตถุประสงค์รวมถึงกระบวนการในการสื่อสารแบรนด์อย่างถ่องแท้ เพื่อสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนและมีแนวทาง

⁷⁶ CEOs for Cities (2006)

ปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดบทบาทและหน้าที่รับผิดชอบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่น นอกจากนี้ การกำหนดมาตรฐานเปรียบเทียบ (benchmark) และการวิเคราะห์ผลสำเร็จของเมืองที่ประสบความสำเร็จจะช่วยให้สามารถระบุเป้าประสงค์ที่ต้องการได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คำถามสำคัญในขั้นตอนนี้คือ (1) อะไรคือความสำเร็จที่โครงการพัฒนาแบรนด์เมืองพยายามบรรลุ และ (2) ผลลัพธ์ที่ชัดเจนในการพัฒนาแบรนด์เมืองคืออะไร สำหรับในงานศึกษาครั้งนี้ วัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาแบรนด์ของเมืองคือ เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวให้กับเมืองท่องเที่ยว

2) เขาใจกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนต่อมาคือการเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยใครบ้าง มุมมองและทัศนคติต่อเมืองเป็นอย่างไร ในการนี้ ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มคนหลายกลุ่ม อาทิ ผู้นำทางการเมือง กลุ่มนักธุรกิจ นักลงทุน ทั้งระดับนายจ้างและลูกจ้าง สถาบันการศึกษา ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองทั้งที่อยู่มานานและเพิ่งจะย้ายมาอยู่ใหม่ นักท่องเที่ยว สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมและความร่วมมือจากกลุ่มคนทุกกลุ่ม คำถามสำคัญในส่วนนี้คือ (1) กลุ่มเป้าหมายของการพัฒนาแบรนด์เมืองมีใครบ้าง (2) การรับรู้และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นมีต่อเมืองหรือย่านในปัจจุบันเป็นอย่างไร และ (3) กลุ่มเป้าหมายต้องการให้เมืองจัดหาหรือให้บริการอะไร เราสามารถค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้นได้หรือไม่ หากได้ จะต้องดำเนินการอย่างไร

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากเป็นการทดลองกระบวนการ จึงไม่ได้เก็บข้อมูลเชิงลึกอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ควรดำเนินการในกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองในโครงการจริง แต่งานศึกษานี้ได้ใช้วิธีการประมวลข้อมูลและความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยในพื้นที่ศึกษา ประกอบกับการสืบหาคำสำคัญจาก search engine เช่น Google.com เพื่อระบุคำสำคัญที่สื่อถึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงผลการศึกษาเรื่อง “การตลาด 4.0 เพื่อยกระดับการให้บริการนักท่องเที่ยวเงินกลุ่ม SoLoMo ในประเทศไทย” โดย ดร. ดนัยธัญ พงษ์พัชรารัตนเทพ ซึ่งเป็นโครงการย่อยที่ 4 ในแผนงานวิจัยเดียวกันกับโครงการวิจัยนี้ งานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการเหมืองข้อมูล/ข้อความ (data/text mining) ในการวิเคราะห์ความเห็นและบทสนทนาของนักท่องเที่ยวเงินในสื่อโซเชียลภาษาจีนเกี่ยวกับความนิยมและความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย งานวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาแบรนด์เมือง จึงต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

3) ระบุภาพลักษณ์ของแบรนด์ปัจจุบัน

ขั้นตอนต่อไปคือการศึกษาระบุภาพลักษณ์เดิมของเมืองเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร เมืองมีบุคลิกภาพอย่างไร เพื่อให้เข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของเมืองนั้นอย่างไร โดยเริ่มจากการตั้งคำถามว่า (1) สิ่งของ เหตุการณ์ หรือภาพอะไรที่สื่อถึงเมืองนี้ (2) อะไรคือภาพลักษณ์ของเมืองหรือย่านที่ยังคงอยู่แม้เวลาผ่านไป (3) ลักษณะเฉพาะของเมืองหรือย่านในปัจจุบันคืออะไร (4) ภาพลักษณ์หรือรูปลักษณ์ของเมืองหรือ

ย่านแบบไหนที่ทำให้เราระลึกถึงอดีตที่ผ่านมาของพื้นที่นี้ (5) เมื่อมีการพูดถึงชื่อเมืองหรือย่านนี้ สิ่งใดคือสิ่งแรกที่นึกถึง และทำไม (6) อะไรคือจุดเด่นและจุดด้อยของเมืองหรือย่าน (6) อะไรคือประโยชน์ที่เมืองหรือย่านนี้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย และ (7) ประสบการณ์ที่มีกับเมืองหรือย่าน และคาดหวังประสบการณ์แบบไหนกับเมืองหรือย่านนี้

4) กำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่มุ่งหวัง

อัตลักษณ์ของแบรนด์ที่เป็นเป้าหมายควรเป็นสิ่งที่มีความเป็นไปได้หรือสามารถพัฒนาไปให้ถึงได้ การสร้างแบรนด์เมืองควรเสนอภาพที่เป็นจริง มีความยั่งยืนและมั่นคงแม้อันบริบทของอนาคต อัตลักษณ์ของแบรนด์จะมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจของภาคธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ในการที่จะใช้ประโยชน์จากแบรนด์เมืองนั้นต่อไป คำถามสำคัญในขั้นตอนนี้ ได้แก่ (1) ต้องการให้เมืองบรรลุเป้าหมายใด (2) อะไรคือความเชื่อมโยงของเมืองหรือย่านกับผู้คน เมื่อผู้คนเหล่านั้นคิดถึงเมืองหรือย่านนี้ที่คุณต้องการ (3) อะไรคือลักษณะเฉพาะตัวของเมืองหรือย่านนี้ และ (4) ประสบการณ์แบบไหนที่คุณต้องการเมื่อเข้ามาในเมืองหรือย่านนี้

5) พัฒนาคำแห่งของแบรนด์ (Positioning)

ตำแหน่งของแบรนด์คือจุดเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ของแบรนด์เดิมของเมืองไปสู่อัตลักษณ์ของแบรนด์ (brand identity) ที่มุ่งหวัง คำว่าตำแหน่งของแบรนด์นี้ หมายถึงคำสัญญาหรือประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับ และเป็นสิ่งที่จะติดอยู่ในใจของกลุ่มเป้าหมาย คำถามหลักในการพัฒนาคำแห่งของแบรนด์เมือง ได้แก่ (1) กลุ่มเป้าหมายจะได้ประโยชน์อะไร และ (2) องค์กรประกอบใดที่จะพิสูจน์หรือสนับสนุนว่าตำแหน่งของแบรนด์เมืองนี้จะสร้างประโยชน์ต่อเมืองหรือย่านตามความต้องการได้

6) เสนอข้อเสนอการเพิ่มคุณค่าแก่กลุ่มเป้าหมาย

เมื่อได้กำหนดตำแหน่งของแบรนด์ที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการเร่งสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับข้อเสนอในการเพิ่มคุณค่า (value propositions) ที่เมืองนั้นจะให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เปี่ยมคุณค่าสำคัญที่จะมีส่งผลการรับรู้ของสาธารณชน โดยอาจต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มตามลำดับความสำคัญ การสื่อสารในส่วนนี้จำเป็นต้องมีกลยุทธ์และวิธีการเครื่องมือที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

7) ดำเนินการตามแบรนด์

การนำแบรนด์ของเมืองที่ได้พัฒนาแล้วไปดำเนินการต่อนับเป็นสิ่งที่ยากและท้าทาย เนื่องจากเมืองมีองค์ประกอบที่ซับซ้อนและหลากหลาย ยุทธศาสตร์ที่ใช้อาจสร้างความพึงพอใจหรือภาพลบให้กับเมืองได้ทั้งสิ้น สำหรับในกรณีของเมืองท่องเที่ยววันนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินการตามแบรนด์ อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน ช่วงก่อนการมาเยือน (Pre-visit decision) ช่วงระหว่างการเดินทางมาเยือน (During-a-visit decision) และช่วงหลังการมาเยือน (Post-visit decision)

8) วัดความสำเร็จ

ขั้นตอนสุดท้ายคือการวัดว่า การดำเนินยุทธศาสตร์ตามแบรนด์ที่ได้พัฒนาขึ้นมา นั้น ได้นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ หลักการวัดความสำเร็จของการดำเนินยุทธศาสตร์แบรนด์ของเมืองมีดังนี้ (1) ตรวจสอบความสำเร็จของแบรนด์จากกลุ่มเป้าหมายหลัก (2) วัดประสิทธิผลของแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง (3) แสดงผลที่แบรนด์มีต่อภาคธุรกิจด้วยการกำหนดเกณฑ์ที่เชื่อมกับเศรษฐกิจและการพัฒนาของชุมชนเมือง อนึ่ง การวัดผลแบรนด์จะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อ (1) ผู้นำของชุมชนเห็นด้วยกับประโยชน์ที่จะได้รับการวัดประสิทธิผลของแบรนด์ (2) เกณฑ์ที่วัดจะต้องมีมาตรฐานเดียว และมีความเชื่อมโยงเศรษฐกิจและการพัฒนาของชุมชนเมือง และ (3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของดำเนินการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับผลการประเมินที่ได้

สรุปคำถามสำคัญของกระบวนการในการพัฒนาแบรนด์ของเมืองได้ 6 ข้อ ดังนี้

- เมืองมีอะไรที่ยังคงอยู่ทั้งในด้านดีและด้านด้อย
- เมืองมีจุดยืน (position) อย่างไรในอนาคต และ เราสามารถเปลี่ยนแปลงไปสู่เป้าหมายนั้นได้อย่างไร
- เมืองสามารถสร้างจุดเด่น คุณค่า และความน่าสนใจให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร
- เมืองสามารถสร้างจุดยืนใหม่ (positioning) ให้เป็นจริงได้อย่างไร
- ใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญในการนำแบรนด์ใหม่นี้ไปสู่การดำเนินชีวิตในเมือง
- เมืองจะสร้างปัจจัยเพื่อความสำเร็จของยุทธศาสตร์ของแบรนด์ของเมืองได้อย่างไร

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอตัวอย่างของการสร้างแบรนด์ของเมือง โดยในกรณีของภูเก็ต องค์ประกอบพื้นฐานหลักหรือดีเอ็นเอของแบรนด์ คือ G-E-M (Gorgeous, Experiential, Memorable) ที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ได้รับการเจียรไนให้สวยงามและมีความหลากหลายของสีสันแล้วแต่มุมมองและความชื่นชอบของแต่ละคน สำหรับแม่สายคือ ประสานชาติพันธุ์ ไร้พรมแดน ซึ่งสื่อถึงความ เป็นเมืองชายแดนที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ และเป็นพื้นที่ที่กิจกรรมหลากหลายประเภทมาประสานและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ส่วน เชียงของนั้น องค์ประกอบพื้นฐานหลักของแบรนด์น่าจะเป็น ริมโขง มิตรภาพ และวัฒนธรรม ในขณะที่พัทลุงมี องค์ประกอบหลักเป็นคุณลักษณะที่ได้จากการสำรวจและรับฟังความเห็นจากคนในพื้นที่ คือ เด็ด ดั่ง ดำ ซึ่งกลายมาเป็นแบรนด์ “ใต้แท้” รายละเอียดของแบรนด์ดังกล่าวนำเสนอในบทที่ 5 ถึง 7

การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง

เมื่อได้ฉลากทัศน์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง ในกรณีของภูเก็ต คณะผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตไปพร้อมกับการพัฒนาพื้นที่สะพานหินขึ้นใหม่เป็นแหล่งการประชุมนานาชาติที่ทันสมัยที่สะท้อนความเป็นไมอามีตะวันออก ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่หาดกระนวนให้เป็นชายหาดเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองทัศน

รีเวียว่าแห่งอันดามัน นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้เมืองภูเก็ตกลายเป็นเมืองดิสโทเปียการท่องเที่ยว จึงได้นำเสนอ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบริเวณชุมเมืองเพื่อตอบโจทย์ด้านการขาดแคลนน้ำและน้ำท่วมฉับพลัน พร้อมกับการ พัฒนาพื้นที่นันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวและคนใช้ชีวิตในเมืองภูเก็ตให้ดียิ่งขึ้นไปพร้อมกัน ยุทธศาสตร์ในส่วนนี้ สะท้อนอีกหลักการหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว คือ การประสานประโยชน์ในการใช้ พื้นที่ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลายประการและความต้องการของคนหลายกลุ่มไปพร้อมกัน

สำหรับแม่สายนั้น ตัวอย่างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมืองคือการฟื้นฟู บูรณะและพัฒนาพื้นที่เมืองส่วน ที่ติดกับแม่น้ำและพื้นที่ตอย เพื่อให้เกิดย่านของการท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบโจทย์ของฉากทัศน์เมืองแห่งการผจญภัย ข้ามพรมแดน รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาไปยังจุดชมวิวต่าง ๆ ที่สามารถเห็นทัศนียภาพทั้งฝั่งไทยและฝั่ง พม่า ส่วนเชียงของนั้น ยุทธศาสตร์หลักคือการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ พร้อมกับการเปิดเส้นทางเพื่อการเข้าถึง แม่น้ำจากพื้นที่เมืองเก่าเชียงของ และการสร้างจุดหมายปลายทางที่สะท้อนและรักษาอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองริมแม่น้ำ โขง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับฉากทัศน์การเป็นประตูสู่ไทย ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวทาง บกมาจากจีนเป็นจำนวนมาก โดยการเตรียมพื้นที่สำหรับการพัฒนาในอนาคต สำหรับเมืองพัทลุงนั้น เนื่องจาก จุดมุ่งหมายหลักคือต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแวะและค้างแรมมากขึ้น ตามฉากทัศน์เมืองล่องแวงและเมือง ต้องรัก การออกแบบและพัฒนาเมืองจึงเน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาป้ายสัญลักษณ์และจุดหมายที่น่าสนใจเพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้ขับรถผ่านเลยไป รวมไปถึงการสร้างจุดหมายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขากทะเล ไปพร้อมกับการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลา เย็นและกลางคืน หรือตอนเช้าตรู่ เพื่อให้เกิดการค้างแรมมากขึ้น

อนึ่ง เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยแทบทุกแห่งประสบกับปัญหาด้านการสัญจรภายในเมืองของ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ยุทธศาสตร์หนึ่งที่ต้อง ดำเนินการในเมืองท่องเที่ยวทุกแห่งคือ การพัฒนาเมืองที่เกื้อหนุนการใช้ขนส่งมวลชนสาธารณะ พาหนะไร้ เครื่องยนต์และการเดิน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางทั้งของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และ ความยั่งยืนของระบบการขนส่งโดยรวม

การออกแบบเมืองท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่สามในงานศึกษาคั้งนี้คือ การออกแบบเมือง ซึ่งเป็นกระบวนการถอดเอายุทธศาสตร์ในการพัฒนา เมืองท่องเที่ยวออกมาเป็นการออกแบบความเชื่อมโยงของย่าน การออกแบบพื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงการเอาองค์ประกอบเชิงการออกแบบ เช่น สี เงาม รูปทรง ที่ สะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองมาพัฒนาสินค้าอื่น ๆ ของเมืองต่อไป หลักการสำคัญของการออกแบบเมืองใน

ส่วนนี้ยังคงยึดที่หลักการทั่วไปของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และหลักการเฉพาะที่ว่า รูปแบบด้านกายภาพ และกิจกรรมที่เพิ่มเติมเข้าไปต้องสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ได้ถ่ายทอดออกมาเป็นแบรนด์ของพื้นที่นั้นแล้ว

การศึกษาครั้งนี้แสดงกระบวนการออกแบบเมืองที่มุ่งตอบโจทย์ด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยยึดตามหลักการออกแบบเมือง (Urban Design หรือ Urban Architecture) และตามแนวคิดว่าด้วยบทบาทของเมืองในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เนื้อหาในส่วนนี้อธิบายโดยสังเขปเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการพื้นฐานของการออกแบบเมือง

การออกแบบเมือง

การออกแบบเมืองเป็นสหศาสตร์ โดยพื้นฐานเป็นการก่อกำเนิดขึ้นจากศาสตร์ 3 ศาสตร์หลักคือ การผังเมือง (Urban Planning) สถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม ทำให้ขอบเขตและนิยามของการออกแบบเมืองเปิดกว้าง และครอบคลุมเนื้อหาในหลายด้าน ทั้งในฐานะที่เป็นสาขาวิชาการ สาขาวิชาชีพ และเครื่องมือในการพัฒนา

สำหรับการออกแบบเมืองในฐานะสหศาสตร์ที่อ้างอิงตามศาสตร์พื้นฐาน โดยเฉพาะเมื่ออ้างอิงกับการผังเมืองและสถาปัตยกรรมศาสตร์ ความรู้ความเข้าใจที่เป็นพื้นฐานของวิชาการออกแบบเมืองต้องครอบคลุมไปถึงการจัดการเมือง การจัดวางโครงสร้างพื้นฐาน การใช้ประโยชน์ที่ดิน เศรษฐศาสตร์และสังคมวิทยาเมือง ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการผังเมือง ในขณะเดียวกัน การออกแบบเมืองยังต้องเข้าใจเรื่องของที่ว่างและการก่อสร้าง รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ และความเข้าใจประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐานในความคิดด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์

ส่วนการออกแบบเมืองด้านการปฏิบัติวิชาชีพนั้น มีความสัมพันธ์กับการผังเมืองในฐานะเครื่องมือและกลไกในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ นโยบาย และแผนงานของการพัฒนาเมืองมาเป็นรูปธรรม รวมถึงการสร้างแนวทางและมาตรการทางการกำกับดูแลเชิงกายภาพ เพื่อให้การพัฒนาคุณภาพเมืองเกิดประโยชน์สูงสุดตามศักยภาพ หรือเป็นไปตามวิสัยทัศน์ของการพัฒนาที่ได้วางไว้

การออกแบบในฐานะเครื่องมือและกระบวนการพัฒนาทางกายภาพ นอกจากเป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการออกแบบแล้ว ยังเป็นกระบวนการที่ต้องการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ประโยชน์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบการประชุมกลุ่มย่อย การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ หรือวิธีการอื่น ๆ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการออกแบบเมืองคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเชิงกายภาพของเมืองต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำความคิดเห็นและคำแนะนำที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาแผนและผังและเผยแพร่ร่างงานที่เหมาะสมต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ขอบเขตเนื้อหาของการออกแบบเมืองจึงซ้อนทับอยู่พอสมควรกับการวางผังเมือง โดยมีเครื่องมือและกลไกที่ใช้งานร่วมกันอยู่มาก นับตั้งแต่การกำหนดให้มีผังแนวคิดและผังแม่บท ไปจนถึงกลไกพื้นฐานที่

กำหนดให้การพัฒนาคุณภาพเมืองเป็นไปตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ ซึ่งต้องสอดคล้องกับผังเมืองรวมในระดับต่าง ๆ และข้อกำหนดทางกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คุณลักษณะสำคัญของการออกแบบเมืองที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากการผังเมือง คือ อิทธิพลจากงานสถาปัตยกรรม กล่าวคือ การออกแบบเมืองคำนึงถึงการออกแบบที่ว่าง หรือการสร้างความเป็นสถานที่ที่มีลักษณะหรือการใช้งานเฉพาะ เพิ่มเติมจากกลไกการใช้ประโยชน์ที่ดิน หรือการจัดสรรอนุภูมิภาคสาธารณูปโภคสาธารณูปการที่เหมาะสมกับการพัฒนา ซึ่งการออกแบบเมืองเป็นการออกแบบภายใต้ความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งานเมือง โดยเน้นการศึกษาและการทำความเข้าใจการประสบการณ์ มากกว่าสถิติตัวเลข รวมถึงเน้นการออกแบบให้เกิดวิถีชีวิตเมือง (Urbanism) ไปพร้อม ๆ การเพิ่มศักยภาพในการผลิต หรือการลดผลกระทบที่จะเกิดกับความยั่งยืนของเมือง

ขั้นตอนการออกแบบเมืองท่องเที่ยว

จากนิยามและขอบเขตของการออกแบบเมืองข้างต้น การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวจึงมีวัตถุประสงค์หลัก 6 ประการ ได้แก่

- 1) เพื่อเชื่อมโยงศักยภาพของเมืองในด้านต่าง ๆ เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่หรือที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการเชื่อมโยงเอาแผนงานและนโยบายของการท่องเที่ยวที่มีอยู่และเกี่ยวพันกับการพัฒนาทางกายภาพ เข้ากับแผนงานและนโยบายพัฒนาเมือง
- 2) เพื่อเพิ่มความสามารถของเมืองในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว และลดผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อสร้างพื้นที่ใหม่และปรับปรุงพื้นที่ที่มีอยู่ให้รองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้กับเมือง และการสร้างอัตลักษณ์ให้กับเมือง
- 4) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนาเชิงพื้นที่และชี้้นำการพัฒนาทางกายภาพเฉพาะจุด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ
- 5) เพื่อให้พื้นที่เมืองที่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ มีบทบาทในการเป็นพื้นที่เปลี่ยนผ่านหรือศูนย์กลางของการเชื่อมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 6) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพของเมือง โดยใช้การออกแบบเมืองในฐานะเวทีสาธารณะในการเปิดประเด็นทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นเศรษฐกิจใหม่ของเมือง นอกเหนือจากเศรษฐกิจการค้าและการบริการที่มีอยู่เดิม

การศึกษาในครั้งนี้แสดงตัวอย่างการออกแบบเมืองที่มีขอบเขตของการดำเนินการครอบคลุมตั้งแต่การผังเมือง มาจนการออกแบบรายละเอียดของการพัฒนาที่ว่างและอัตลักษณ์ของเมืองเพื่อการท่องเที่ยว กระบวนการออกแบบเมืองที่ประยุกต์ใช้ในงานนี้มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ศักยภาพ ความพร้อม ปัญหา และข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ ของเมืองกรณีศึกษา และแสดงออกมาเป็นตาราง SWOT
- 2) เสนอสภาพพื้นฐานของความสัมพันธ์ของเมืองกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวคิดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองให้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นและสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษา โดยแสดงออกมาในรูปแบบภูมิแนวคิด
- 3) แสดงตัวอย่างของกำหนดภาพลักษณ์ของเมืองผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ตามแนวคิดการสร้างแบรนด์ของเมือง และการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพเมืองและภูมิภาคนั้น ๆ
- 4) สร้างอัตลักษณ์และภาพจำให้กับเมืองผ่านแนวคิดการสร้างที่หมายตา (Landmark) และการรับรู้เมืองโดยประสบการณ์ จากแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ของเมือง (Image of the City)
- 5) กำหนดพื้นที่และการเสนอตัวอย่างแผนผังการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเมืองรองรับการท่องเที่ยว
- 6) นำเสนอภาพตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงและภาพลักษณ์ของเมืองหลังจากดำเนินงานตามแผนงาน
- 7) เสนอรายละเอียดและแนวทางการออกแบบเมืองในบางส่วนให้เป็นตัวอย่างของการสร้างภูมิทัศน์เมืองตามทิศทางของการสร้างอัตลักษณ์ของเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

สรุปท้ายบท

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอแนวคิดและตัวอย่างกระบวนการหลักในการวางแผนเพื่อการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นสามส่วน ได้แก่ การวางแผนยุทธศาสตร์แบบฉากทัศน์ การพัฒนาแบรนด์ของเมือง และการออกแบบเมือง เนื้อหาในบทที่ 5 ถึง 7 จะนำเสนอตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมจากการที่คณะผู้ศึกษาได้ทดลองดำเนินกระบวนการวิเคราะห์ วางแผนและออกแบบในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด

บทที่ 5 กรณีศึกษาภูเก็ต

บทนำ

ในการศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวในส่วนนี้ หนึ่งในสามกรณีศึกษาที่คณะผู้วิจัยได้เลือกสำหรับการศึกษาในครั้งนี้คือจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงในระดับโลก จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า เมืองท่องเที่ยวของภูเก็ตในภาพรวมมีจุดแข็งในด้านเสน่ห์ของพื้นที่ และมีความหลากหลายด้านกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ในปัจจุบันภูเก็ตกำลังประสบปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานและการผังเมือง ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม การจราจร และปัจจัยด้านแรงงาน ปัญหาพื้นฐานเหล่านี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่เดิมและที่จะสร้างขึ้นใหม่ ภูเก็ตในปัจจุบันจึงถือเป็นตัวอย่างของเมืองที่ติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง กล่าวคือ แม้ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสามารถรองรับกับตลาดการท่องเที่ยวที่เติบโตและหลากหลายได้อยู่ แต่ยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพดีหรือที่พึงประสงค์ได้มากไปกว่าเดิมเท่าใดนัก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกในยุโรปและสหรัฐอเมริกา แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยได้เพิ่มมากขึ้นในทุกปี แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวก็ยังคงประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง

ข้อจำกัดด้านขีดความสามารถในการรองรับของเมืองนี้มีผลสืบเนื่องต่อแบรนด์ของภูเก็ต ในมิติของแบรนด์เมืองท่องเที่ยว ภูเก็ตถือเป็นตราสินค้าที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จักและจดจำได้เป็นอย่างดี โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยวในระดับโลก ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและด้วยบทบาทการเป็นศูนย์กลางการเดินทางของนักท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ปัจจัยเหล่านี้ทำให้แบรนด์ของเมืองภูเก็ตเป็นลักษณะหลายภาพลักษณ์อยู่ร่วมกัน หรือแบบ multi-brand นักท่องเที่ยวสามารถนึกถึงภูเก็ตได้ในหลากหลายรูปแบบและตอบสนองความต้องการได้หลายระดับ ความหลากหลายดังกล่าวเกิดจากแนวทางการพัฒนาพื้นที่ของภูเก็ต นับตั้งแต่รูปแบบการตั้งถิ่นฐานเดิมในช่วงร้อยปีที่ผ่านมา มาจนถึงการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกับธุรกิจการท่องเที่ยวของภูเก็ตในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวตามที่นำเสนอไปในบทก่อนหน้า สำหรับกรณีศึกษาเมืองภูเก็ตในบทนี้มีประเด็นสำคัญดังนี้

- 1) การประมวลสภาพสถานการณ์การท่องเที่ยว ทั้งภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพื้นที่ พฤติกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว รูปแบบของการใช้จ่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานที่สำคัญจนมาถึงการเป็นเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบัน

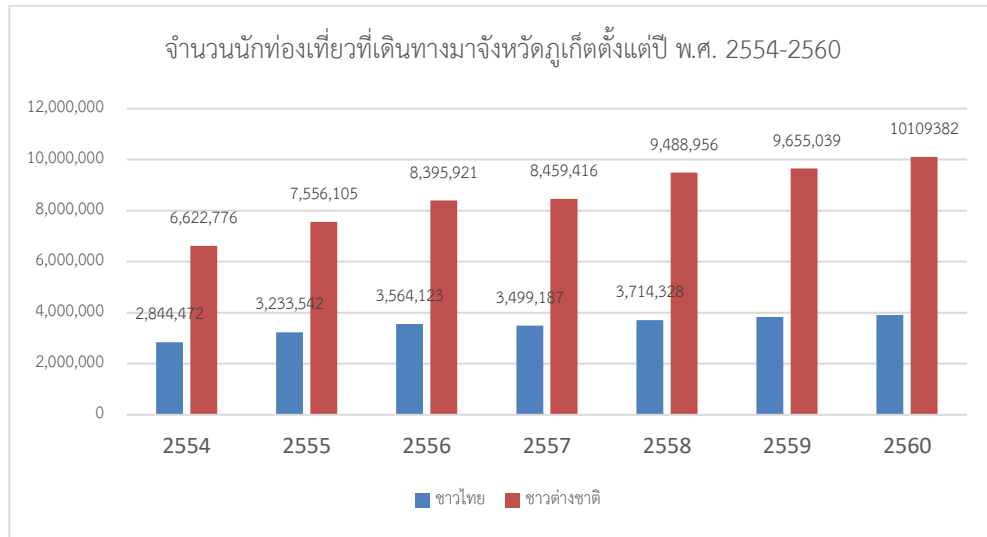
- 2) การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่เรื่องกรณีศึกษาและการตั้งถิ่นฐาน การใช้ประโยชน์ที่ดิน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการควบคุมทางผังเมืองในปัจจุบัน การคมนาคม ศักยภาพของการท่องเที่ยวทางทะเล ไปจนถึงภาพลักษณ์ในปัจจุบันของจังหวัด
- 3) ภาพรวมความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ในการออกแบบเมืองท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เข้าสู่ยุค 4.0 ในขณะที่ภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยวยังอยู่ติดกับดักอยู่ในยุค 2.0 ทั้งในเรื่องของภาพลักษณ์และโครงสร้างพื้นฐาน ต่อจากนั้นเป็นการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของเมืองในมิติของเมืองท่องเที่ยว (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ภาพอนาคตการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว เพื่อชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของเมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยการประเมินปัจจัยการพัฒนาและการสร้างฉากทัศน์ จนได้ตัวอย่างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ใน 3 พื้นที่หลัก คือ เมืองภูเก็ตตามแนวทางการพัฒนาพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมและการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง การพัฒนาหาดกะรนตามแนวคิดทาสร้างสรรค์ เพื่อให้รับกับการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรม และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเมืองให้เป็นแหล่งพักอาศัยและแหล่งน้ำดิบที่สำคัญเพื่อรองรับการเติบโตของความเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยทั้ง 3 พื้นที่จะเป็นพื้นที่สำคัญของการพัฒนาที่จะส่งเสริมให้เมืองภูเก็ตยังคงดำรงความเป็นเมืองชั้นนำในฉากทัศน์ที่มีความแตกต่างกันได้
- 4) ข้อเสนอการออกแบบเมือง ซึ่งเริ่มจากการศึกษาความเป็นไปได้ของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวภูเก็ตในลักษณะของ multi-brand และ international brand ไปพร้อมกัน ตามด้วยการวิเคราะห์รายละเอียดของพื้นที่ยุทธศาสตร์ทั้ง 3 แห่ง จนนำไปสู่แนวคิดในการพัฒนา กรณีศึกษา โครงการเสนอแนะในรูปแบบต่าง ๆ

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่การศึกษาตามประเด็นทั้ง 4 ข้อข้างต้น ส่วนผลการประชุมในพื้นที่ศึกษาและสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทนหน่วยงานและผู้ดำเนินในพื้นที่ศึกษา (อยู่ในภาคผนวก)

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวไทย ด้วยความที่เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีเกาะบริวารกว่า 32 เกาะ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของภาคใต้ทะเลอันดามัน อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) ภูเก็ตจึงเป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย จนได้รับการขนานนามว่าเป็น “ไข่มุกแห่งอันดามัน” จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในช่วง พ.ศ. 2554 – 2558 โดยประมาณอยู่ที่ 11-13 ล้านคนต่อปีที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 70 มีชาวจีนเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ รัสเซีย ออสเตรเลีย เยอรมนี และสหราชอาณาจักร

ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีอัตราการเติบโตที่มากขึ้นส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีมากขึ้นเช่นกัน⁷⁷

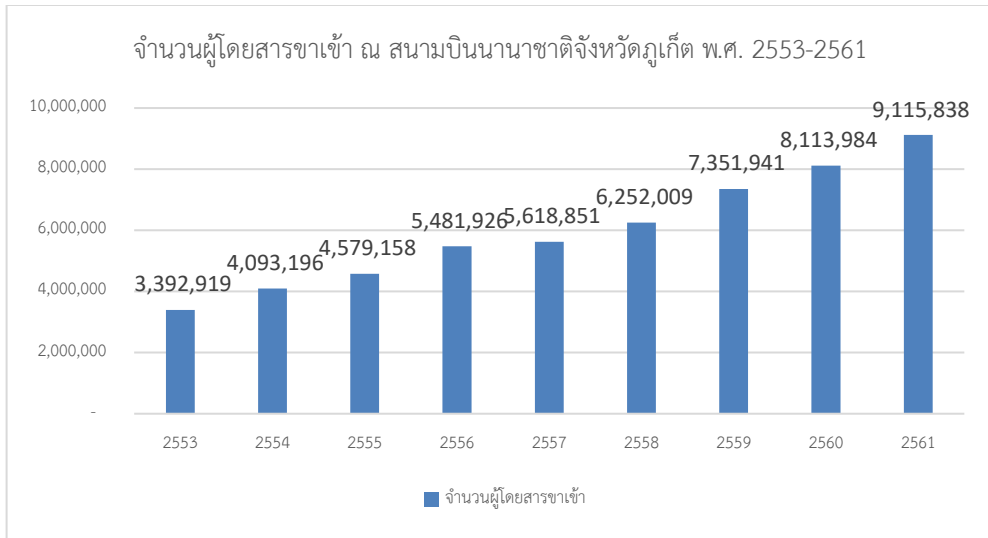


แผนภาพที่ 5-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตช่วง พ.ศ. 2554-2560

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว, 2555-2561

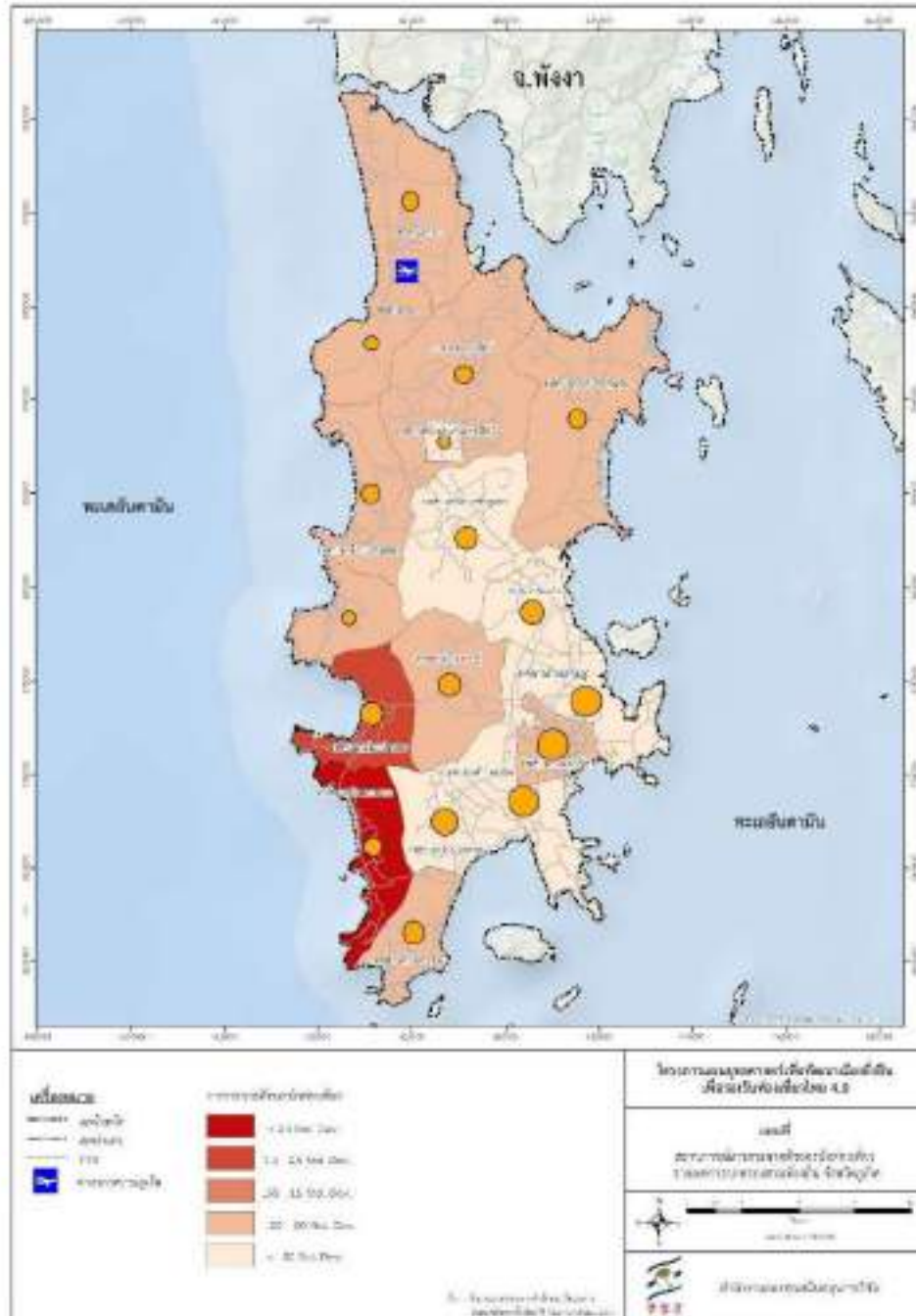
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีสอดคล้องกับจำนวนเที่ยวบินที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน จากข้อมูลจากบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ใน พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้โดยสารกว่า 6 ล้านคนมาลงที่จังหวัดภูเก็ต และคาดการณ์ได้ว่าแนวโน้มจำนวนผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในกรณีนี้ จึงมีโครงการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น อาทิ โครงการขยายสนามบินนานาชาติภูเก็ต (ระยะที่ 2) เพิ่มความจุของผู้โดยสารจาก 6.5 ล้านคนต่อปีเป็น 12.5 ล้านคนต่อปี และหลุมจอดอากาศยานจาก 15 หลุมเป็น 25 หลุม และมีแผนรองรับระยะที่ 3 เพิ่มขีดการรองรับผู้โดยสารเป็น 18 ล้านคนต่อปี รวมไปถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการรถไฟฟ้ารางเบา เพื่อเพิ่มศักยภาพการขนส่งในเมืองอีกด้วย

⁷⁷ กรมท่องเที่ยว (2556)



แผนภาพที่ 5-2 จำนวนผู้โดยสารขาเข้า ณ สนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2553-2561
ที่มา : บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) อ้างถึงในสำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561

ความต้องการโรงแรม/ที่พัก ในจังหวัดภูเก็ตก็มีแนวโน้มมากขึ้นเช่นกัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ทำให้จำนวนความต้องการเพิ่มมาอยู่ที่ 5,781 ห้อง ส่วนมากมีการกระจุกตัวอยู่บริเวณชายหาดป่าตอง เนื่องจากเป็นบริเวณที่นิยมของชาวต่างชาติ (กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์โรงแรม ศรีพันวา, ม.ป.ป.)



แผนภาพที่ 5-3 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ต

จากการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ใน พ.ศ. 2556 จากกลุ่มตัวอย่าง 4,058 ราย ซึ่งเป็นชาวไทย 841 ราย (20.7%) และชาวต่างประเทศ 3,217 ราย (79.3%) สรุปผลได้ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย

- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย เป็นนักท่องเที่ยวจากภาคใต้มากที่สุด (42.2%) รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร (28.4%) และภาคกลาง (16.9%) มาจากภูมิภาคอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- สัดส่วนของเพศชาย 58.4 และ เพศหญิงอยู่ที่ 41.6 มีอายุในช่วง 35 – 44 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 40.7 และช่วงอายุอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (29.0%) รองลงมาคือ ลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน (26.9%) ประกอบอาชีพอิสระ (21.8%) และอาชีพอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 และช่วงรายได้อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- มาเพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน (82.3%) เยี่ยมญาติ/เพื่อน (9.5%) ส่วนเหตุผลที่มากที่สุดคือ อาหารอร่อย (20.4%) รองลงมาคือมีความปลอดภัย (20.0%) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (19.4%)
- การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภูเก็ต มากที่สุดจาก เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 28.0 โทรทัศน์ร้อยละ 21.5 และสื่ออื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- การเดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาเป็นครั้งที่ 2 ร้อยละ 9.9 และมากกว่า 2 ครั้งเป็นสัดส่วนน้อย วางแผนมาเที่ยว 2 จังหวัดคิดเป็นร้อยละ 54.6 รองลงมาคือวางแผนมาเที่ยวจังหวัดเดียวร้อยละ 43.9 และเดินทางมากกว่า 2 จังหวัดคิดเป็นสัดส่วนที่น้อย ร้อยละ 83.5 เดินทางมาด้วยตัวเอง และร้อยละ 16.5 เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว
- รูปแบบการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว (51.4%) เครื่องบิน (25.4%) และรถโดยสาร (23.2%)
- จำนวนผู้เดินทางมาด้วยกัน 2 คนมากที่สุด (36.1%) คนเดียว (32.5%) และมาด้วยกัน 3 คน (19.5%)
- ผู้ร่วมเดินทางเป็นคนรู้จัก/เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ มากที่สุด (84.6%) และหมู่คณะ (1.9%)

ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ

- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปมากที่สุด (46.9%) เอเชีย (35.6%) และอเมริกา (10.1%) และภูมิภาคอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- สัดส่วนของเพศชาย 46.5 และ เพศหญิงอยู่ที่ 53.5

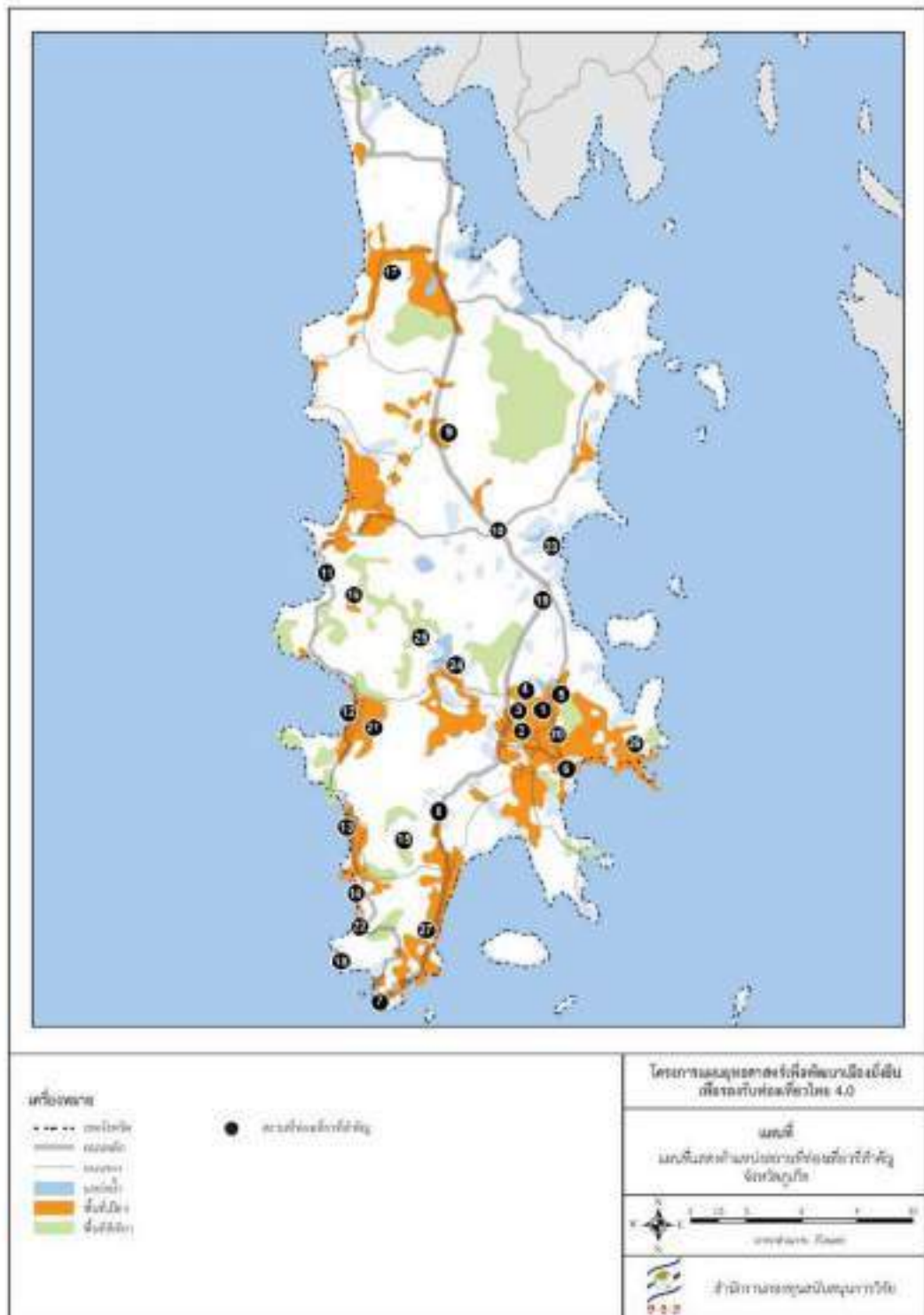
- ช่วงอายุ 25-34 ปีมากที่สุด (40.6%) ตามด้วย 35-44 ปี (37.5%) และช่วงอายุอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ แม่บ้าน/ว่างงาน ร้อยละ 25.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.0 และอาชีพอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- รายได้ต่อเดือน 20,000-39,999 USD มากที่สุดร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ 60,000 – 79,999 คิดเป็น ร้อยละ 21.4 และช่วงรายได้อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- มาภูเก็ตเพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็น ร้อยละ 8.4 และวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจมาภูเก็ตคือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือมี ความปลอดภัย 20.6 และมีอาหารที่อร่อยร้อยละ 18.0
- การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภูเก็ต มากที่สุดคือทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ทาง โทรทัศน์ร้อยละ 22.3 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- การเดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาเป็นครั้งที่ 2 ร้อยละ 4.4 และ มากกว่า 2 ครั้งเป็นสัดส่วนน้อย
- วางแผนมาเที่ยว 2 จังหวัด (52.7%) 3 จังหวัด (37.1%) และมาเที่ยวจังหวัดเดียว (5.5%)
- ร้อยละ 54.5 เดินทางมาด้วยตัวเอง และร้อยละ 54.5 เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว
- รูปแบบการเดินทาง โดยเครื่องบิน (39.0%) รถยนต์ส่วนตัว (37.6%) และเรือ (12.3%)
- จำนวนผู้เดินทาง เดินทางมาด้วยกัน 2 คน (51.4%) 4 คนคิด (17.6%) มาด้วยกัน 3 คน (9.8%)
- ผู้ร่วมเดินทางเป็นคนรู้จัก/เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ มากที่สุด (89.8%) และหมู่คณะ (1.7%)

นอกจากนี้ ในการศึกษาโครงการย่อยที่ 4 ในแผนงานวิจัยเดียวกันกับโครงการวิจัยนี้ ดร. ดนัยธัญ พงษ์พัช ราษฎร์เทพ ได้ใช้วิธีเหมืองข้อมูล/ข้อความ (data/text mining) ในการวิเคราะห์ความเห็นและบทสนทนาของ นักท่องเที่ยวจีนในสื่อโซเชียลภาษาจีนเกี่ยวกับความนิยมและความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวใน ประเทศไทย พบว่า ภูเก็ตยังคงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจีน โดยมีพฤติกรรมแบบ SoLoMo (social, local, mobile) คือมีพฤติกรรมที่ใช้โซเชียลในการสืบค้นและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ต่าง ๆ และใช้โทรศัพท์มือถือในการวางแผนและเลือกสถานที่และกิจกรรมในการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึง การแสดงความคิดเห็นหรือการรีวิวเกี่ยวกับโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ตและในเมืองท่องเที่ยว อื่น ๆ ของประเทศไทย ข้อค้นพบหนึ่งที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มนี้มักใช้แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันของ บริษัทจีนเสียเป็นส่วนใหญ่ มีอยู่น้อยมากที่เป็นแพลตฟอร์มและเทคโนโลยีของคนไทย จึงเป็นโจทย์สำคัญสำหรับ นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามสภาพภูมิประเทศและการตั้งถิ่นฐาน โดยทางฝั่งตะวันตกเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล หาด กิจกรรมทางน้ำ จุดชมวิว และย่านกินดื่มต่าง ๆ ในส่วนทางฝั่งตะวันออกของภูเก็ตจะเป็นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมวัด พิพิธภัณฑ์ เมืองเก่า และการท่องเที่ยวไปยังเกาะ รอบจังหวัดภูเก็ต และพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยทางธรรมชาติ หรือการแสดงโชว์ ดังมีตัวอย่างที่สำคัญดังนี้

1. ย่านเมืองเก่าตึกแถวโบราณ
2. พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว
3. บ้านชินประชา
4. จุดชมวิวเขารัง
5. ตลาดปล่อยของ
6. นั่งเรือก้อจ้าน ชมป่าชายเลน
7. แหลมพรหมเทพ
8. วัดฉลอง
9. วัดพระทอง (พระผุด)
10. อนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรีและท้าวศรีสุนทร
11. หาดกมลา
12. หาดป่าตอง
13. หาดกะรน
14. หาดกะตะน้อย หาดกะตะใหญ่
15. พระพุทธมิ่งมงคลเอกนาคคีรี
16. ภูเก็ตแฟนตาซี
17. สวนน้ำ Splash Jungle
18. แหลมกระติง
19. บ้านต๊ลังกา
20. ภูเก็ต ทริกาย มิวเซียม
21. Phuket Simon Cabaret
22. จุดชมวิวกังหันลม
23. Joy Drive Underwater Scooter
24. Jungle Bungy Jump
25. Flying Hanuman
26. จุดชมวิวเขาขาด
27. หาดราไวย์



แผนภาพที่ 5-4 ตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จังหวัดภูเก็ต

กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต

กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสามารถแยกออกมาเป็น 4 กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจะมาเที่ยวในระยะเวลา 3-4 วัน และ 2 กิจกรรมรองรับสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีเวลาประมาณ 1 อาทิตย์ขึ้นไป

- 1) การท่องเที่ยวเกาะ จังหวัดภูเก็ตนั้นล้อมรอบไปด้วยทะเลและหมู่เกาะ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเช่าเรือและซื้อแพคเกจท่องเที่ยว เพื่อดำน้ำ ดูปะการัง เที่ยวถ้ำ รวมไปถึงการเดินทางไปยังเกาะพีพีที่จังหวัดกระบี่ โดยมีสถานที่รองรับที่นิยมคือท่าเรืออ่าวฉลอง
- 1) การท่องเที่ยวเมืองเก่า เมืองภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในช่วงเวลากลางวัน มักอยู่ในช่วงวันสุดท้ายของทริป โดยเข้ามาเดินเล่นถ่ายรูปกับสตรีทอาร์ท อาคารเก่าแก่ และกินกาแฟภายในเมือง แต่ยังไม่เป็นที่นิยมในการพักผ่อนในเมือง เพราะไม่มีกิจกรรมในช่วงเวลากลางคืนมากนัก
- 2) การท่องเที่ยวชายทะเลและหาด กิจกรรมทางน้ำเป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพราะมีคลื่นลมที่เหมาะสม และอากาศที่อุ่น ทำให้ชาวต่างชาตินิยมมาอาบแดด ชมพระอาทิตย์ตก เล่นกีฬาทางน้ำแบบผาดโผน ดำน้ำตื้น หรือเลือกที่จะพักผ่อนริมหาดที่มีความสงบเป็นต้น
- 3) การท่องเที่ยวยามราตรี อีกหนึ่งกิจกรรมที่สำคัญของจังหวัดภูเก็ต คือการท่องเที่ยวแบบกินดื่มที่เมืองป่าตอง ซึ่งมีบาร์ที่หลากหลายรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม ตลาดกลางคืน
- 4) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดภูเก็ตนั้นมีลักษณะเป็นภูเขา จึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแบบผาดโผน เช่น การโหนสลิง ปีนเขา หรือขี่ช้าง
- 5) การท่องเที่ยวชมการแสดง จังหวัดภูเก็ตยังโด่งดังในด้านการแสดงยิ่งใหญ่ ทั้งจากสัตว์ คาบาเร่ต์ เป็นต้น

ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคม

จังหวัดภูเก็ตมีประวัติศาสตร์อันยาวนานอยู่ในเส้นทางเรือนานาชาติที่อ้างอิงได้ถึง พ.ศ. 700 และได้พัฒนาจากการเป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญในแหลมมลายู จนกลายมาเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชาวจีนอพยพที่สำคัญทางตอนใต้ เป็นแหล่งแร่ดีบุก และเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกภายในปัจจุบัน สรุปประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐานของภูเก็ตพอสังเขปได้ดังนี้

ชุมทางเดินเรือ รัฐชายขอบ และสังคมเกษตร (พ.ศ. 700-1800)

หลักฐานของการตั้งถิ่นฐานยุคก่อนประวัติศาสตร์ในภูเก็ตมีโดยอ้างอิงจากหนังสือภูมิศาสตร์และแผนที่เดินเรือของปีโตเลมี เมื่อประมาณ พ.ศ. 700 กล่าวถึงการเดินทางจากแหลมสุวรรณภูมิลงมาจนถึงแหลมมลายู ซึ่งต้องผ่านแหลม "จิงซีลอน" จนมีการพบบันทึกที่กล่าวถึงเกาะภูเก็ตที่แต่เดิมใช้คำว่า "ภูเก็ต" อันแปลว่าเมืองแก้ว ตรงกับความหมายเดิมซึ่งชาวทมิฬเรียก มณีคราม ตามหลักฐาน พ.ศ. 1568 เชื้อชาติของผู้คนบนเกาะภูเก็ตนั้นมีความแตกต่างและหลากหลายทางวัฒนธรรมมาตั้งแต่โบราณ นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีส่วนใหญ่มี

ความเห็นว่า คนเผ่าดั้งเดิมที่พบเห็นได้ในปัจจุบันในคาบสมุทรมลายูได้แก่ ชาวซาไก (Sakai) และชาวเลหรือชาวน้ำ (C'hou Nam) โดยชาวซาไกได้อาศัยอยู่มาก่อน ต่อมาได้มีชนชาติมอญจากพะโคพวกเซลัง (Selang หรือ Salon) ได้อพยพเข้ามา คนพวกนี้ชำนาญในการดำน้ำ จึงเรียกว่าชาวน้ำ

หลักฐานทางโบราณคดีเช่น ตำนาน พงศาวดาร ตลอดจนประวัติศาสตร์ ได้กล่าวถึงตำนานเมือง นครศรีธรรมราชก็ได้ระบุว่า ในบรรดาเมืองสิบสองนักษัตรของนครศรีธรรมราชโบราณนั้น "เมืองตะกั่วถลาง" เป็นเมืองลำดับที่ 11 ชื่อว่า "เมืองสุนขนาม" หรือเมืองประจำปีจอ มีตราประจำเมืองเป็นรูปสุนัข และผู้ปกครองภูเก็ตสมัยนั้นได้ถือรูปสุนัขมายกย่องนับถือ เมืองนี้อาจตั้งอยู่ที่อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต มีตำบลหนึ่งทางตะวันตกชื่อว่า ตำบลกลมา แต่ชาวบ้านโบราณเรียกว่า "บ้านกรามหมา" มีความหมายว่าหมู่บ้าน "ตราหมา" ซึ่งตรงกับตราประจำเมือง "สุนขนาม" ในอดีต

จากหมู่บ้านกลมา มีพื้นที่ราบกว้างใหญ่ติดต่อเข้าสู่แก่งฝิ่งตะวันออก ในระหว่างปากตะวันตกกับปากตะวันออกของที่ราบนี้ มีหมู่บ้านชื่อว่า "บ้านมานิค" ซึ่งมาจากคำภาษาทมิฬโบราณ แปลว่า ทับทิม หรือ แก้ว มีการสันนิษฐานว่าเป็นชื่อผันแปรมาจากคำว่า "มินิกิมัม" ในจารึกภาษาทมิฬที่พบจากอำเภอตะกั่วป่าใกล้เคียงเทวรูปในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไวษณพนิกาย ซึ่งถูกทิ้งอยู่ในเขาพระนารายณ์นานมาแล้ว คำว่า "มินิกิมัม" แปลว่า "เมืองทับทิม" หรือ "เมืองแก้ว"



แผนภาพที่ 5-5 ภาพแสดงการปรากฏของคำว่า "จังก์ซีลอน" บริเวณภูเก็ต
ที่มา : แผนที่โดย John Cary, Engraver 1801

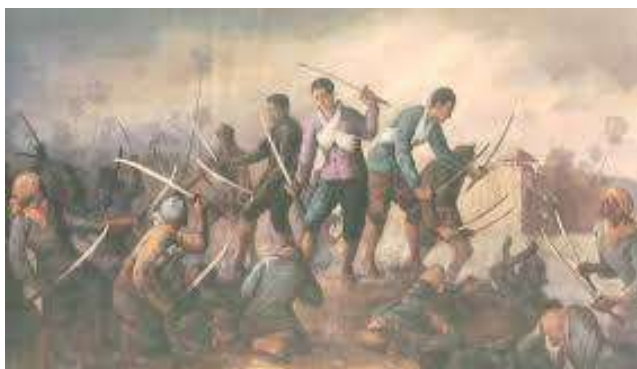
เมืองท่าการค้า – เมืองดีบุก – พริกไทย – ถลาง (พ.ศ. 1800-2398)

พ่อขุนรามคำแหงมหาราชแผ่อำนาจลงมาทางใต้ และมีชัยชนะเหนืออาณาจักรศรีธรรมนครในพ.ศ. 1825 ภูเก็ต ซึ่งเป็นเมืองบริวารของนครศรีธรรมราช จึงเป็นเมืองประเทศราช กล่าวคือ ทางสุโขทัยมิได้ส่งเชื้อพระวงศ์หรือข้าราชการลงมาปกครองหากแต่ปล่อยให้เจ้านครศรีธรรมราชปกครองอยู่เช่นเดิม โดยต้องจัดส่งส่วยเป็นเครื่องราชบรรณาการต่อกรุงสุโขทัยอย่างสม่ำเสมอให้ขาดตอนส่วยที่มีความสำคัญในสมัยนั้นจากนครศรีธรรมราชและภูเก็ตก็คือดีบุก โดยเป็นที่ต้องการที่สุโขทัยมากสำหรับการหล่อพระพุทธรูปและเทวรูปทองสัมฤทธิ์

ผลจากการที่สุโขทัยเข้าปกครองภาคใต้ประมาณ 98 ปี ทำให้ได้แลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคใต้และภาคอื่น ๆ ในอาณาจักร ทำให้มีการผสมผสานกลมกลืนกัน เป็นพื้นฐานให้สามารถรวมกันเข้าเป็นอาณาจักรไทยในเวลาต่อมา จนถึงวันที่กรุงสุโขทัยสูญเสียดอกราชให้แก่อาณาจักรกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 1921 ภูเก็ตได้ตกเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาเช่นเดียวกับเมืองอื่น ๆ

ต่อมาได้มีการเปลี่ยนผูกขาดสัมปทานแร่ดีบุก และตั้งห้างค้าแร่ดีบุกในเมืองกลาง ราวปี พ.ศ. 2126 โดยชาวโปรตุเกส และภายหลังเป็นชาวฝรั่งเศส และเมื่อ พ.ศ. 2314- 2315 กับตันฟรานซิส โลท์ ได้เข้ามาขอสัมปทานในช่วงยุคกรุงธนบุรี ซึ่งมีความต้องการฟื้นฟูฐานะเมืองไทยหลังสงคราม ซึ่งประสบปัญหาข้าวยากหมากแพง การค้าแร่ดีบุกจึงเป็นหนทางช่วยเหลืออันมีประโยชน์อย่างแท้จริงทางหนึ่ง ฝ่ายพระยาพิมลจึงได้มีหน้าที่กำกับดูแลการค้าแร่ระหว่างเมืองกลางกับกับตันฟรานซิส โลท์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2314 สืบมาจนได้รับแต่งตั้งเป็นเจ้าเมืองกลาง

ในสมัยที่เกิดเหตุการณ์สงครามเก้าทัพ ตรงกับ พ.ศ. 2328 ในรัชสมัยรัชกาลที่ 1 พม่าได้ยกทัพมาตีไทย โดยมีทัพหนึ่งยกมาทางใต้ เมื่อตีเมืองตะกั่วป่าตะกั่วทุ่งได้แล้ว ก็มุ่งตีเมืองกลางทันที ขณะนั้นพระยาพิมล เจ้าเมืองกลางสามีของคุณหญิงจัน เพิ่งถึงแก่อนิจกรรมไม่นานนัก จึงไม่มีใครบัญชาการรบ คุณหญิงจันและนางมุกน้องสาวร่วมกับเจ้าเมืองภูเก็ต คือ พระยาทุกขราช (เทียน) ลูกชายของคุณหญิงจัน จึงเตรียมป้องกันเมืองกลาง จนพม่าต้องถอยทัพกลับไป วีรกรรมครั้งนั้นทำให้รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าให้คุณหญิงจันเป็นท้าวเทพกระษัตรี นางมุกเป็นท้าวศรีสุนทร ส่วนตำแหน่งเจ้าเมืองกลางที่ว่างอยู่ทางกรุงเทพฯ ได้แต่งตั้งคนนอก คือ เจ้าพระยาสุรินทรราชา มาเป็นผู้สำเร็จราชการ แต่ในภายหลัง คนในกลุ่มเครือญาติกลาง คือ พระยาทุกขราช(เทียน) ก็ได้รับแต่งตั้งให้เป็นพระยาเมืองกลางใน พ.ศ. 2331 ซึ่งต่อมาใน พ.ศ. 2352 เกิดศึกกลางครั้งที่สองขึ้น กลางพ่ายแพ้แก่ทัพพม่า อย่างยับเยิน เมืองกลางกลายเป็นเมืองร้าง 15 ปีต่อมา (พ.ศ. 2367) รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้รื้อฟื้นสร้างเมืองใหม่ที่บ้านท่าเรือ ประจวบกับช่วงนั้น มีการพบสายแร่ที่บ้านเกิดโฮ้ (อ.กะทู้) และที่บ้านทุ่งคา (อ.เมืองภูเก็ต) ความเจริญและชุมชนเมืองจึงย้ายไปตามแหล่งที่พบสายแร่แต่เมืองเหล่านั้น (บ้านกะทู้ บ้านทุ่งคา) แต่ก็อยู่ในฐานะเมืองบริวารของกลาง



แผนภาพที่ 5-6 ภาพการสู้รบท้าวเทพกระษัตรีและท้าวศรีสุนทร ในสงครามเก้าทัพ
ที่มา : จิตรกรรมศึกกลาง พ.ศ. 2328, <https://www.facebook.com/Talangdistrict/photos/>

สวนยาง – เมืองการค้าและอุตสาหกรรมดีบุกภูเก็ต (พ.ศ. 2398-2502)

ช่วงสมัยรัชกาลที่ 3-4 กิจการเหมืองแร่เจริญก้าวหน้ามาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง รูปแบบการส่งส่วย ดีบุก มาเป็นการผูกขาดเก็บภาษีอากรแบบเหมาเมือง ตลอดจนการทำสนธิสัญญากับต่างชาติ ส่งผลให้ธุรกิจการค้า ดีบุกขยายตัวอย่างกว้างขวาง คนจีนพากันหลั่งไหลเข้ามาทำเหมืองจนกลายเป็นชนกลุ่มใหญ่ในภูเก็ตจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2435) ได้มีการปฏิรูปการปกครองเป็นระบบมณฑลเทศาภิบาล มีการแต่งตั้งให้ พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) เป็นสมุหเทศาภิบาลมณฑลภูเก็ต ในช่วงนี้เองที่ภูเก็ตเริ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีพระยารัษฎานุประดิษฐ์ฯ (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) เป็นผู้วางรากฐานด้านต่าง ๆ ทั้ง ระบบสาธารณสุข โภค เช่น การสร้างถนน การพัฒนาเศรษฐกิจ ฯ รวมถึงการวางรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจใน ภูเก็ตจากการตราพระราชบัญญัติเหมืองแร่ และการริเริ่มการปลูกยางพาราในภาคใต้ของประเทศไทย

ต่อมาใน พ.ศ. 2450 กัปตันไมล์ ชาวออสเตรเลีย ได้นำเรือชุดแร่ในทะเลลำแรกเข้ามาในอ่าวทุ่งคา และการ ทำเหมืองก็ได้พัฒนาจากเหมืองหาบมาเป็นเหมืองสูบ หลวงอนุภาชภูเก็ตรได้เปิดเหมืองสูบที่ใช้ไฟฟ้าจากโรงจักร กลาง นับเป็นเหมืองสูบแห่งแรกในจังหวัดภูเก็ต คือ เหมืองเจ้าฟ้า การทำมาหากินของชาวภูเก็ตได้อาศัยแร่ดีบุก เป็นเครื่องยังชีพมาโดยตลอด ฐานะทางเศรษฐกิจจึงค่อนข้างดี ต่อมากิจการเหมืองแร่ซบเซาจนต้องปิดกิจการไปใน ที่สุด เนื่องจากจำนวนแร่ดีบุกในภูเก็ตลดลง จำนวนแร่ที่ขุดได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย เศรษฐกิจภูเก็ตซบเซาอยู่ได้ไม่ นาน กิจการใหม่ที่ทำรายได้ให้กับภูเก็ตไม่แพ้ดีบุกคือ ธุรกิจการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 5-7 ภาพการเริ่มต้นของสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส และปรับเปลี่ยนเข้าสู่อุตสาหกรรมดีบุก
ที่มา : ศูนย์รวมข่าวภูเก็ต, 2444, <http://www.smartandaman.com>

เมืองท่องเที่ยวภูเก็ต และ Smart City (พ.ศ.2502-ปัจจุบัน)

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2500 รัฐบาลได้พยายามพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510–2514) เป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลเริ่มเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีนักลงทุนในท้องถิ่นบางส่วนกำลังแสวงหาช่องทางดำเนินธุรกิจ และเริ่มหันมาให้ความสนใจ หากแต่เบื้องต้นไม่ได้ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด เนื่องจากกิจการที่บุกก็ยังคงดำเนินกิจการ ควบคู่กับความสำคัญในกิจกรรมด้านการเกษตรและกิจการที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับการเข้าสู่ยุคเสื่อมถอยที่แร่ดีบุกหมดความสำคัญลงในความต้องการของตลาดโลก จากความหลากหลายของกิจกรรมในเมืองภูเก็ต เมื่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เริ่มเข้ามามีบทบาทโดยรูปแบบของธุรกิจเริ่มมีความเปลี่ยนแปลงและพัฒนา ทั้งในด้านที่พัก โรงแรม บังกะโล ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และนำไปสู่ความชัดเจนของการท่องเที่ยว

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มปรากฏนโยบายพยายามที่จะจัดให้เกาะภูเก็ตเป็นที่อยู่อาศัยที่สะดวกสบาย และประกอบกับใน พ.ศ. 2529 เกิดเหตุการณ์จลาจลต่อต้านการเปิดโรงงานแทนทาลัม อินดัสตรี ซึ่งกล่าวได้ว่า เหตุการณ์ดังกล่าวนำไปสู่จุดจบในการดำเนินกิจการเหมืองแร่ดีบุกที่อยู่คู่มากับภูเก็ตเป็นเวลานานนับร้อยปี ให้ต้องปิดกิจการลงพร้อมกับปรับปรุงให้ภูเก็ตและมุ่งพัฒนาเมืองเข้าสู่ยุคพัฒนาไปสู่เมืองเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว จนกลายมาเป็นกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจของภูเก็ตที่มีความโดดเด่นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว

อีกปัจจัยหนึ่ง คือการเสด็จของในหลวง ร. 9 เมื่อ พ.ศ. 2502 นำมาซึ่งความเจริญและตัดถนนสู่หาดป่าตอง เป็นการเปิดชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ปรับเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรม และชุมชนริมทะเลสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายหลังจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการลงทุนและพัฒนาเป็นจำนวนมาก โดยขาดการวางแผนอย่างถี่ถ้วน ส่งผลต่ออาชีพและชุมชนดั้งเดิมของชาวภูเก็ต โดยในอนาคตจะเกิดการ พัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอีกมาก โดยผ่านการวางแผนเพื่อเป็น Phuket Smart Ci

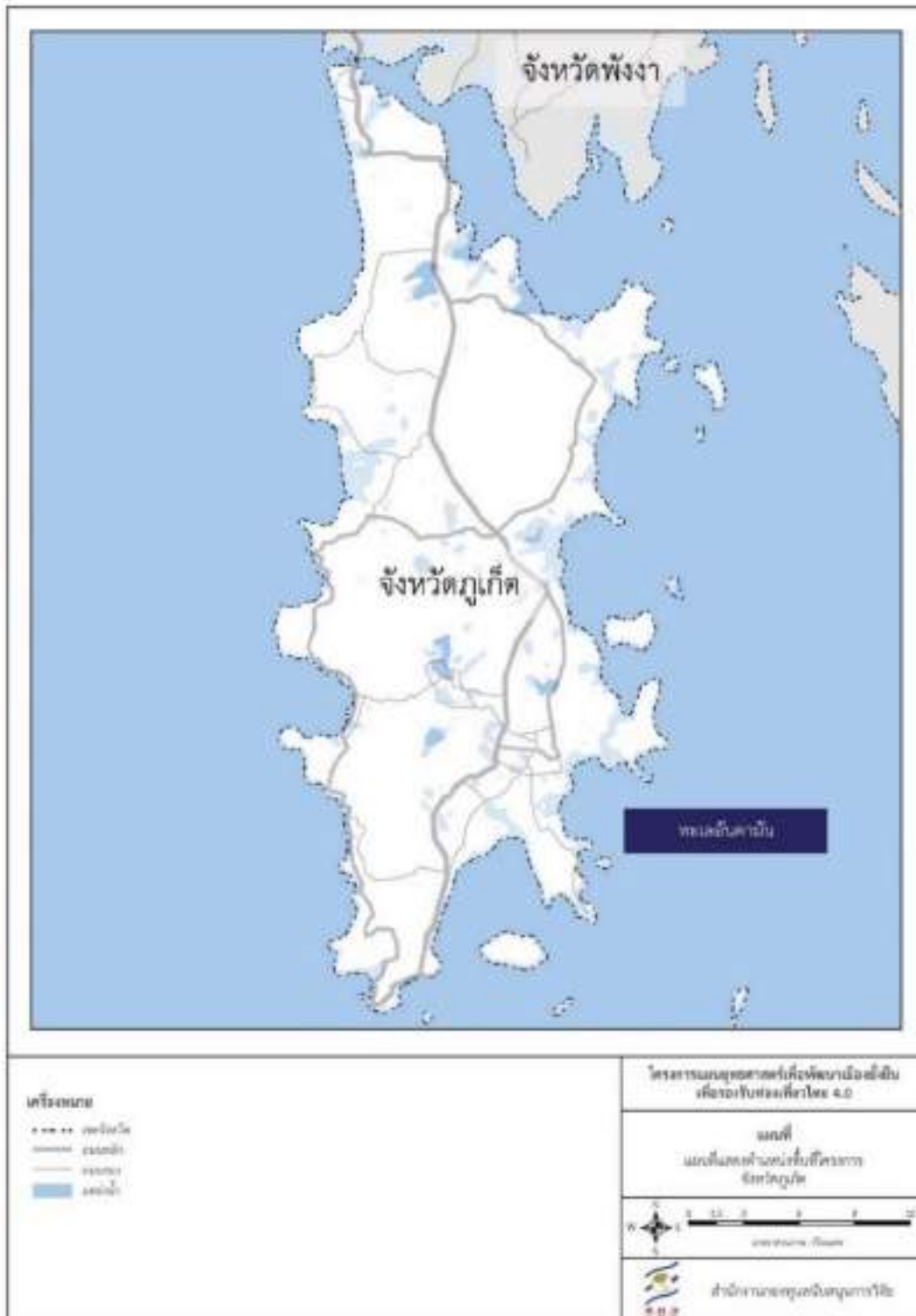


แผนภาพที่ 5-8 ภาพการเปลี่ยนของหาดป่าตองจาก พ.ศ.2513 และหาดป่าตองในปัจจุบัน

ที่มา : หาดป่าตอง, 2513, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151186149181799&set=o.199476353430283&type=3&theater>

ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีขนาด 543.034 ตารางกิโลเมตร อยู่ในทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย อาณาบริเวณเชื่อมต่อกับจังหวัดพังงาทางทิศเหนือ และจังหวัดกระบี่ทางทิศตะวันออก บริเวณรอบเกาะภูเก็ตล้อมรอบด้วยเกาะน้อยใหญ่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งประมงที่สำคัญ ตัวจังหวัดประกอบด้วย 3 อำเภอ ใน พ.ศ. 2560 ตามข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จังหวัดภูเก็ตมีประชากรตามทะเบียนราษฎร 402,017 คน



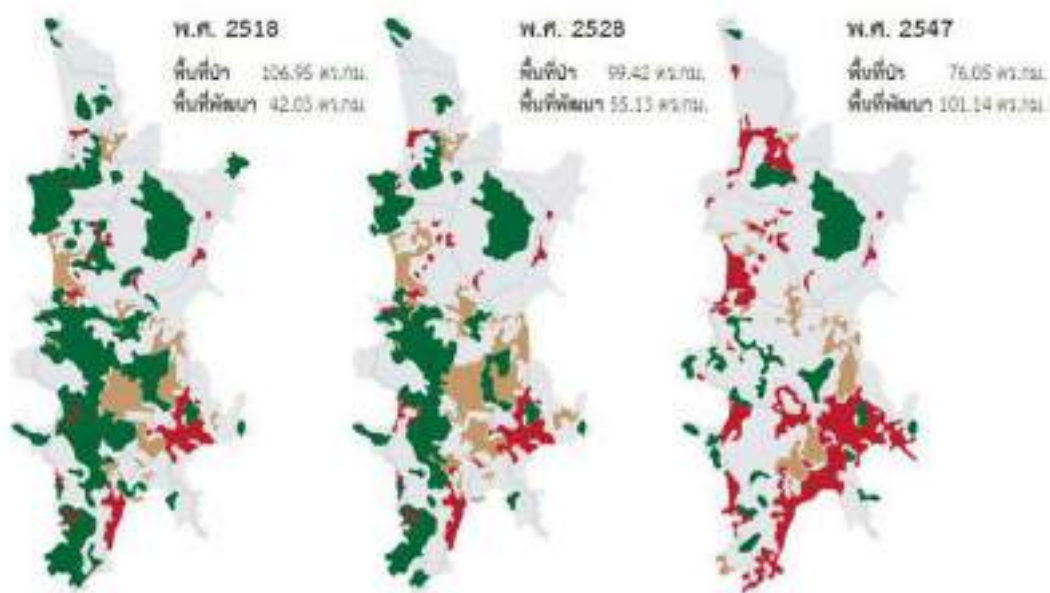
แผนภาพที่ 5-9 ตำแหน่งพื้นที่โครงการ จังหวัดภูเก็ต

ธรณีสัณฐานและการตั้งถิ่นฐาน

ธรณีสัณฐานเดิมของเกาะภูเก็ตเป็นเกาะขนาดใหญ่ มีภูเขาอยู่ตรงกลาง และมีราบสลับเนินเขาอยู่โดยรอบทางตะวันออกมีลักษณะเป็นอ่าวและชายหาดสลับกับภูเขา ทำให้เหมาะกับการเป็นที่จอดเรือหรือการตั้งถิ่นฐานของหมู่บ้านชาวประมง เมื่อถูกค้นพบว่าเป็นแหล่งแร่ดีบุก ทำให้พื้นที่หลายแห่งของจังหวัดภูเก็ตถูกขุดเปิดให้เป็นชุมชนเมือง ทำให้สภาพภูมิประเทศหลายแห่งถูกปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว บางส่วนถูกใช้เพื่อเป็นแหล่งน้ำดิบ อย่างไรก็ตามยังมีชุมชนเมืองหลงเหลืออยู่บริเวณเชิงเขาในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการใช้งานเต็มประสิทธิภาพ

การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน

พื้นที่การใช้ประโยชน์ที่ดินในจังหวัดภูเก็ตขยายตัวกว่า 2.4 เท่า ในระยะเวลาเพียง 30 ปี โดยมีการรุกกล้าพื้นที่ป่าเพื่อเปลี่ยนแปลงเป็นพื้นที่เมืองและเกษตรกรรม พื้นที่พัฒนาส่วนมากเติบโตทางฝั่งตะวันออกของจังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับปริมาณคนที่เข้ามาทำกิจการมากขึ้น และบริเวณทางฝั่งตะวันตกมีการเติบโตจากการพัฒนาท่าอากาศยานภูเก็ต และการเข้ามาพัฒนาพื้นที่ของชาวต่างชาติเพื่ออยู่อาศัย บริเวณหาดลาгуน่าและหาดบางเทา



แผนภาพที่ 5-10 การเปลี่ยนแปลงของการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในระยะเวลา 30 ปี

ที่มา : ประวัติศาสตร์เมืองภูเก็ตสมัยใหม่ พ.ศ. 2500 – 2550

โดย นางสาวญาณันท์ สกลบุญพาณิชย์, ประวัติศาสตร์, มธ. 2547, สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง ภูเก็ต

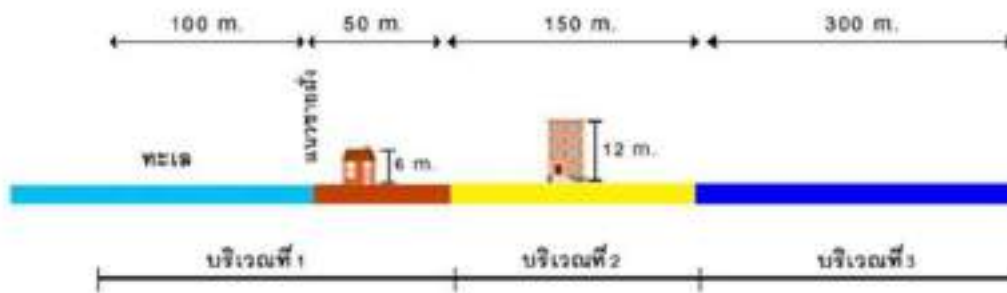
กฎหมาย ข้อบัญญัติ และข้อบังคับสำคัญในการตั้งถิ่นฐาน

ตามแนวคิดในกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดภูเก็ต (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2558 จังหวัดภูเก็ตมุ่งเน้นการพัฒนาเมืองทางฝั่งตะวันออกอันเป็นที่ราบ รองรับภาคเศรษฐกิจและบทบาทของเมืองในขณะที่เมืองทางฝั่งตะวันตกมีขนาดเล็กตามหาดต่าง ๆ รองรับภาคการท่องเที่ยวและรองรับปริมาณคนจำนวนมาก โดยพื้นที่บริเวณกลาง (ส่วนทิศเหนือของจังหวัดภูเก็ต) เป็นที่ราบขนาดใหญ่ แต่เนื่องจากไม่ได้ติดทะเลอันเป็นบทบาทหลักด้านการท่องเที่ยวของภูเก็ต ทำให้เมืองมีขนาดเล็กแต่สามารถพัฒนาและขยายได้ในอนาคต

ด้วยลักษณะเมืองที่เติบโตจากทางหาดหรือท่าเรืออันมีความสัมพันธ์กับทะเลนั้น ทำให้กิจกรรมส่วนมากอยู่บริเวณขอบของภูเก็ตทั้งสิ้น ทำให้เกิดการสัญจรไปยังขอบต่าง ๆ ของจังหวัดภูเก็ต ทำให้เกิดปริมาณการสัญจรภายในเกาะเป็นจำนวนมาก และยังคงไม่มีการควบคุม FAR จากผังเมืองรวมในปัจจุบัน

ส่วนประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560 และ ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุมมวลอาคารภายในจังหวัดภูเก็ต ตามกายภาพของพื้นที่ โดยมีการควบคุมทั้งความสูงและ FAR เฉพาะพื้นที่ภายในเมืองภูเก็ตเท่านั้น โดยแยกออกเป็น 3 บริเวณ ได้แก่ เขตอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม เขตหนาแน่นมาก และเขตหนาแน่นสูงมาก

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 มีการควบคุมความสูงบริเวณริมขอบจังหวัดภูเก็ต เฉพาะฝั่งตะวันตกของพื้นที่ โดยมีการควบคุมความสูงสอดคล้องกับประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 โดยแยกระยะออกเป็น 3 ช่วง 50 เมตร 150 เมตรและ 300 เมตรตามลำดับจากแนวชายฝั่ง รวมเป็น 500 เมตร และมีการควบคุมระยะพิเศษเฉพาะบริเวณหาดป่าตอง



แผนภาพที่ 5-11 ภาพการควบคุมความสูงอาคารตาม พรบ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

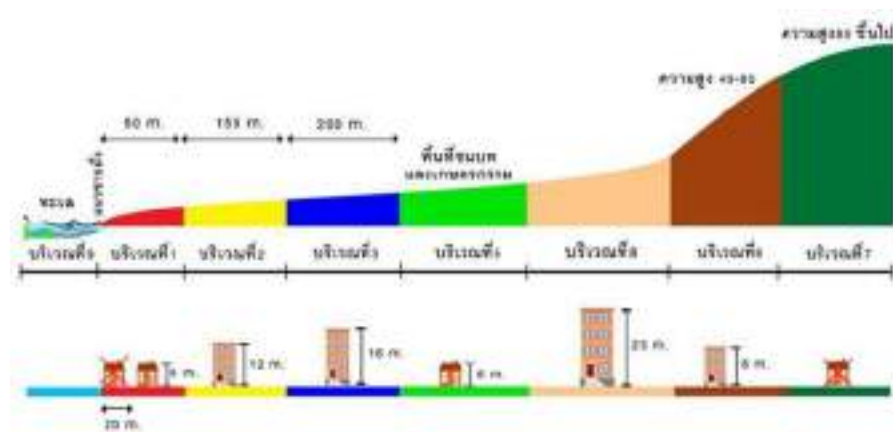
ที่มา : http://www.landusephuket.com/landusephuket_2016/

เทศบัญญัติเทศบาลเมืองป่าตอง เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง หรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภท ในพื้นที่เทศบาลเมืองป่าตอง ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2548 มีการควบคุมเทศบัญญัติเพิ่มเติมเฉพาะหาดป่าตอง โดยมีการควบคุมขนาดของพื้นที่ และความสูงอาคาร โดยแยกออกเป็น 2 พื้นที่ โดยพื้นที่บริเวณที่ 1 มีการควบคุมขนาดของอาคารไม่ให้เกิน 300 ตร.ม. และพื้นที่บริเวณที่ 2 มีการควบคุมกิจกรรม และขนาดอาคารให้เหมาะสมกับเทศบาลเมืองป่าตอง ในส่วนพื้นที่อื่น ๆ ภายในจังหวัดภูเก็ตไม่มีเทศบัญญัติควบคุมการก่อสร้างโดยตรงมีเพียงการควบคุมขนาดและกิจกรรมของตลาด ที่จอดรถ หรือข้อกำหนดห้ามก่อสร้างเพื่อควบคุมโดยรอบแหล่งผลิตน้ำประปา เป็นต้น

ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560 ในพื้นที่เมืองภูเก็ตได้รับการควบคุม FAR และความสูงของอาคาร โดยจำแนกออกเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่

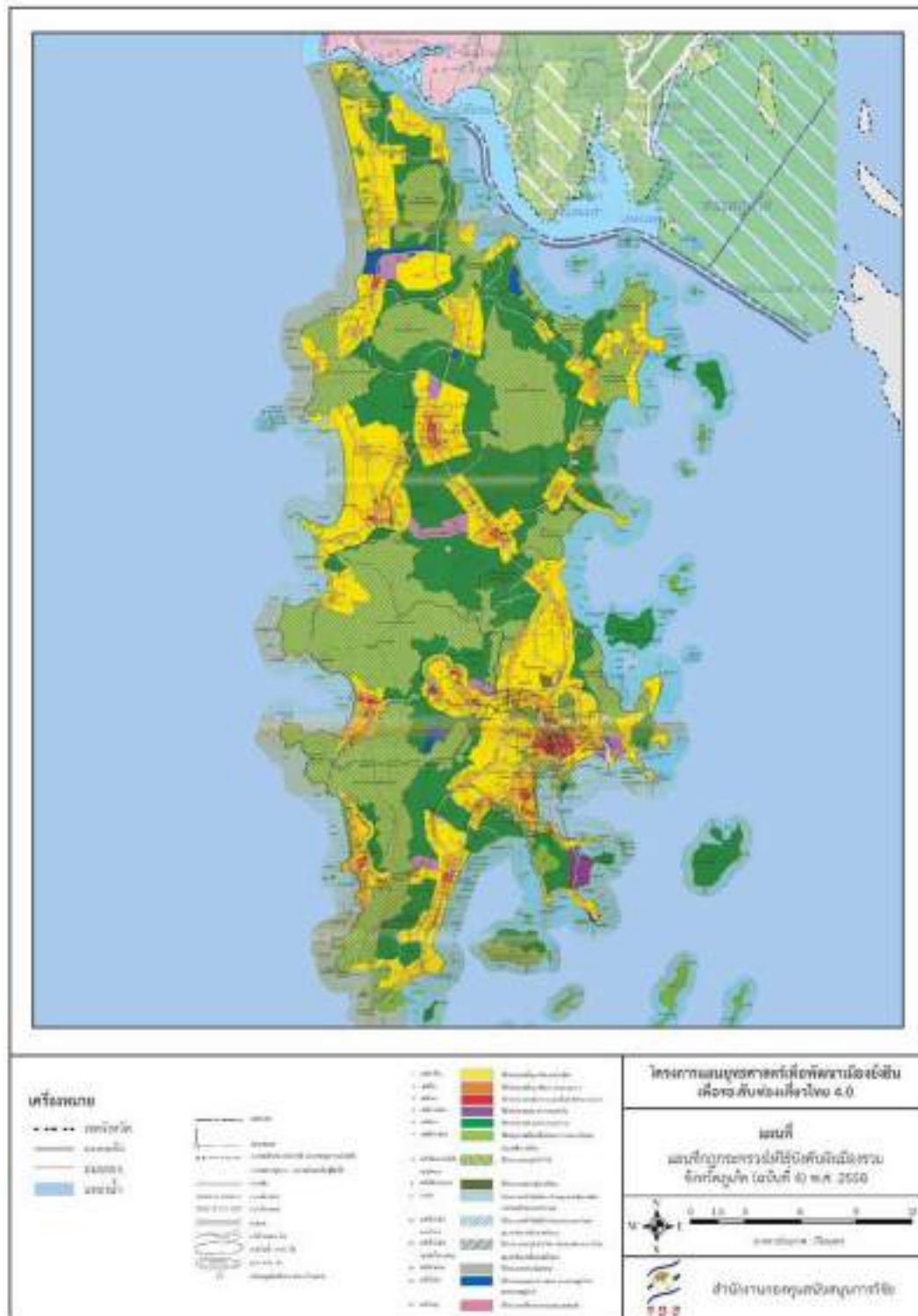
- พื้นที่บริเวณที่ 4.1 (เขตอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปกรรม) ควบคุมความสูงอาคารไม่เกิน 9 เมตร ไม่มีการควบคุม FAR บริเวณเมืองเก่าภูเก็ตถนนกลาง ถนนพังงา ถนนเยาวราช เป็นต้น
- พื้นที่บริเวณที่ 4.2 (เขตหนาแน่นมาก) ควบคุมความสูงอาคารไม่เกิน 45 เมตร มีการควบคุม FAR 6:1 บริเวณพื้นที่เมืองภูเก็ตนอกเหนือจากพื้นที่บริเวณ 4.1 และ 4.3
- พื้นที่บริเวณที่ 4.3 (เขตหนาแน่นสูงมาก) ควบคุมความสูงอาคารไม่เกิน 60 เมตร มีการควบคุม FAR 8:1 บริเวณโดยรอบ บขส.เก่าภูเก็ต วงเวียนหอนาฬิกา และวงเวียนนิมิต

นอกจากนั้นมีการควบคุมความสูงจากแนวชายฝั่งทะเล โดยแยกระยะออกเป็น 3 ช่วง 50 เมตร 150 เมตร และ 300 เมตรตามลำดับจากแนวชายฝั่ง รวมเป็น 500 เมตร

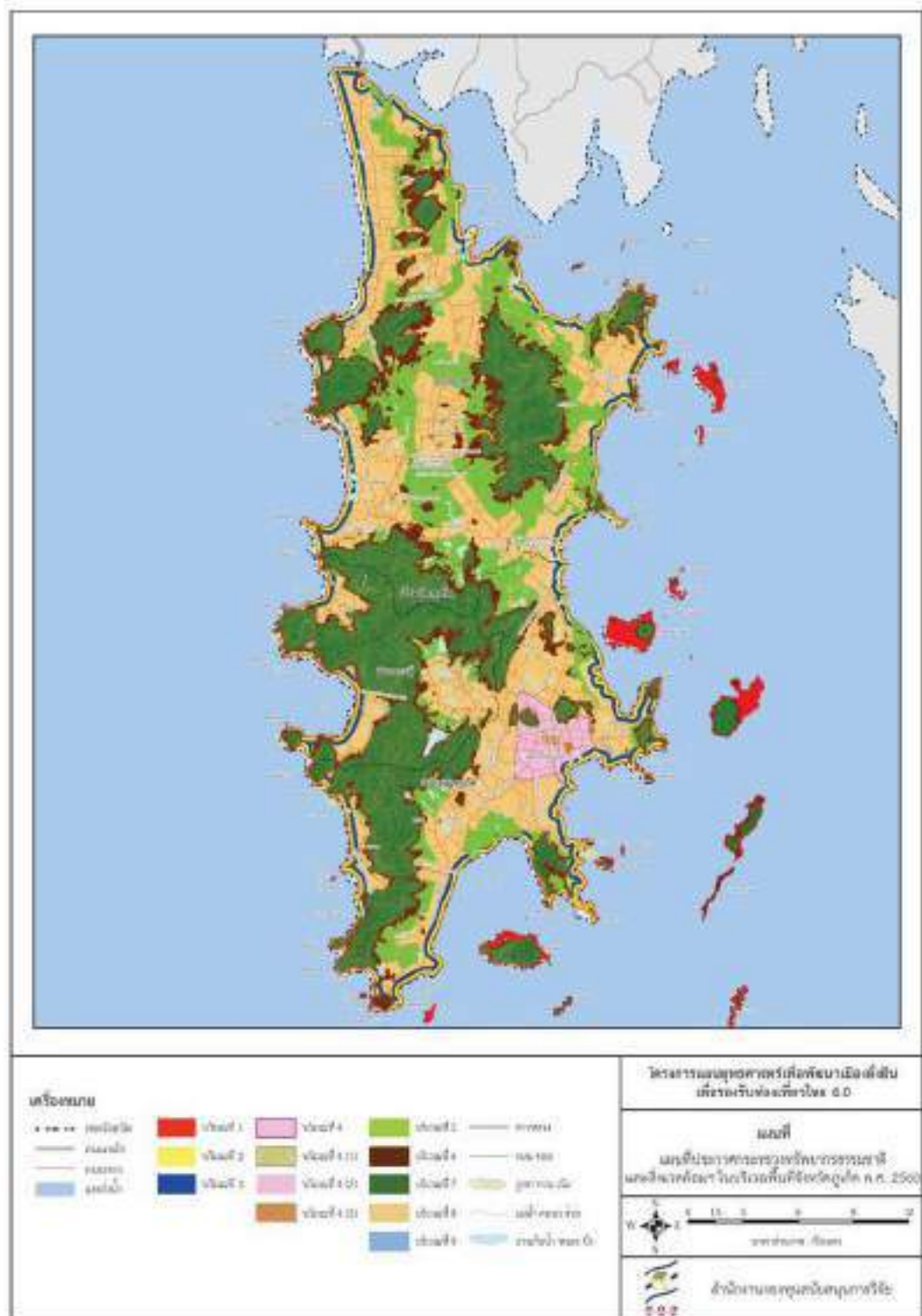


แผนภาพที่ 5-12 ภาพการควบคุมความสูงอาคารตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและ พ.ศ.2560

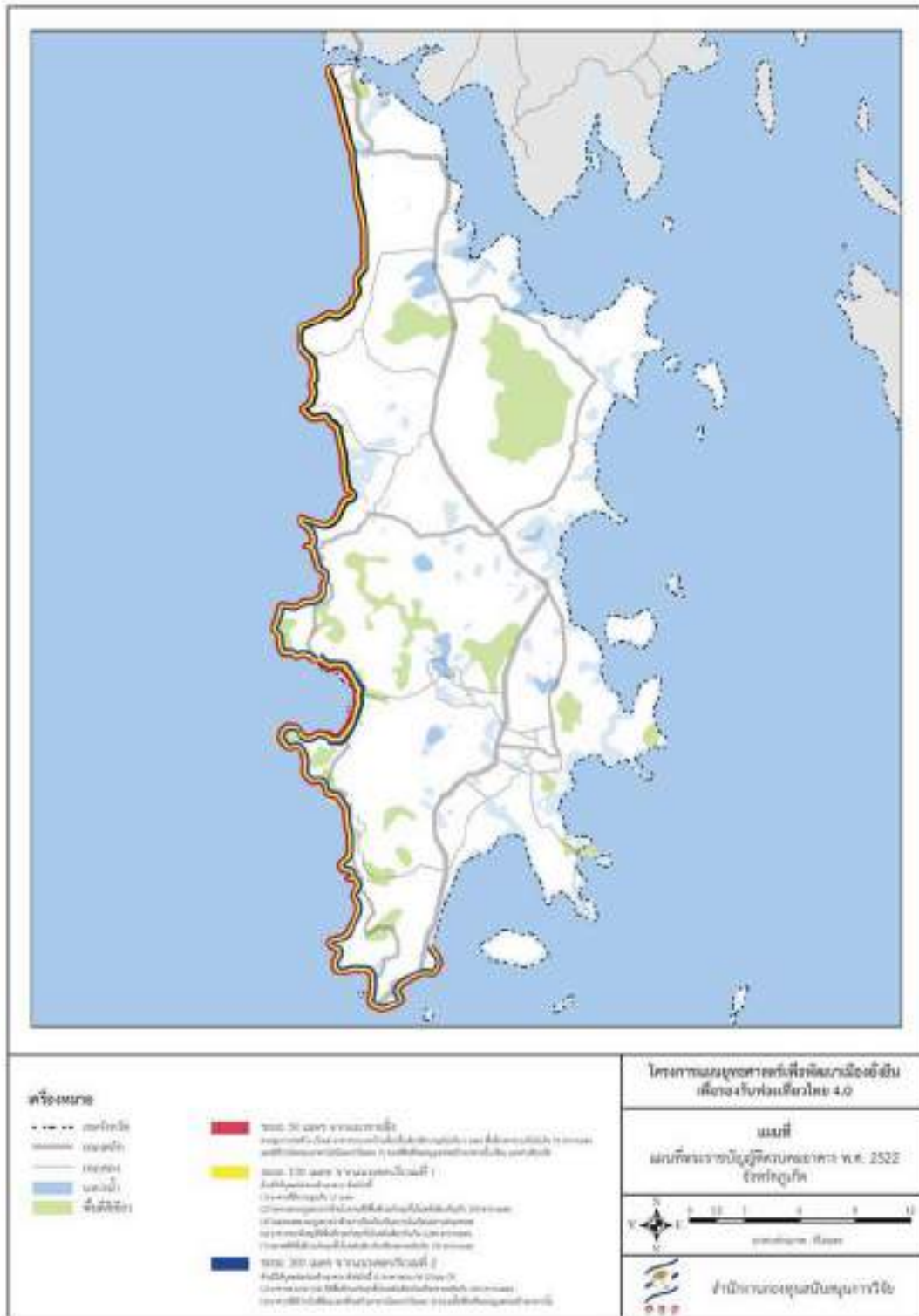
ที่มา : http://www.landusephuket.com/landusephuket_2016/



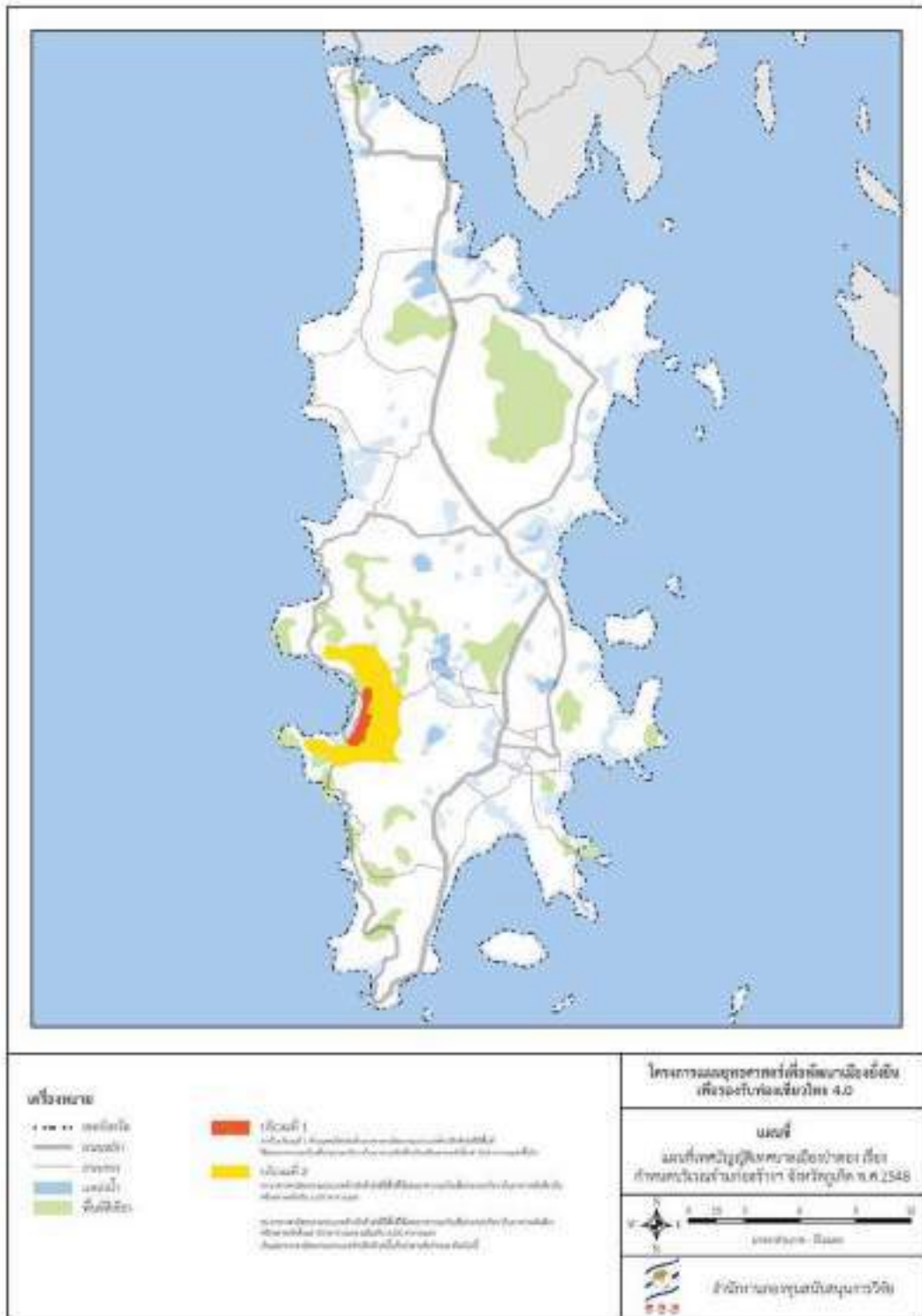
แผนภาพที่ 5-13 กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดภูเก็ต ฉบับที่ 4 พ.ศ.2558



แผนภาพที่ 5-14 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560



แผนภาพที่ 5-15 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 จังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-16 เทศบัญญัติเทศบาลเมืองป่าตอง เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างฯ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ.2548

การคมนาคมและการเดินทาง

จังหวัดภูเก็ตสามารถเดินทางเข้าถึงได้หลายเส้นทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เนื่องจากสภาพที่เป็นเกาะ จังหวัดภูเก็ตมีเส้นทางทางบกผ่านเข้าสู่จังหวัดได้เพียงเส้นเดียว คือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 แยกจากถนนเพชรเกษมผ่านจังหวัดพังงา ข้ามสะพานคู่ขนานสะพานสารสิน สะพานท้าวเทพกระษัตรี และสะพานท้าวศรีสุนทรทางทิศเหนือของเกาะ

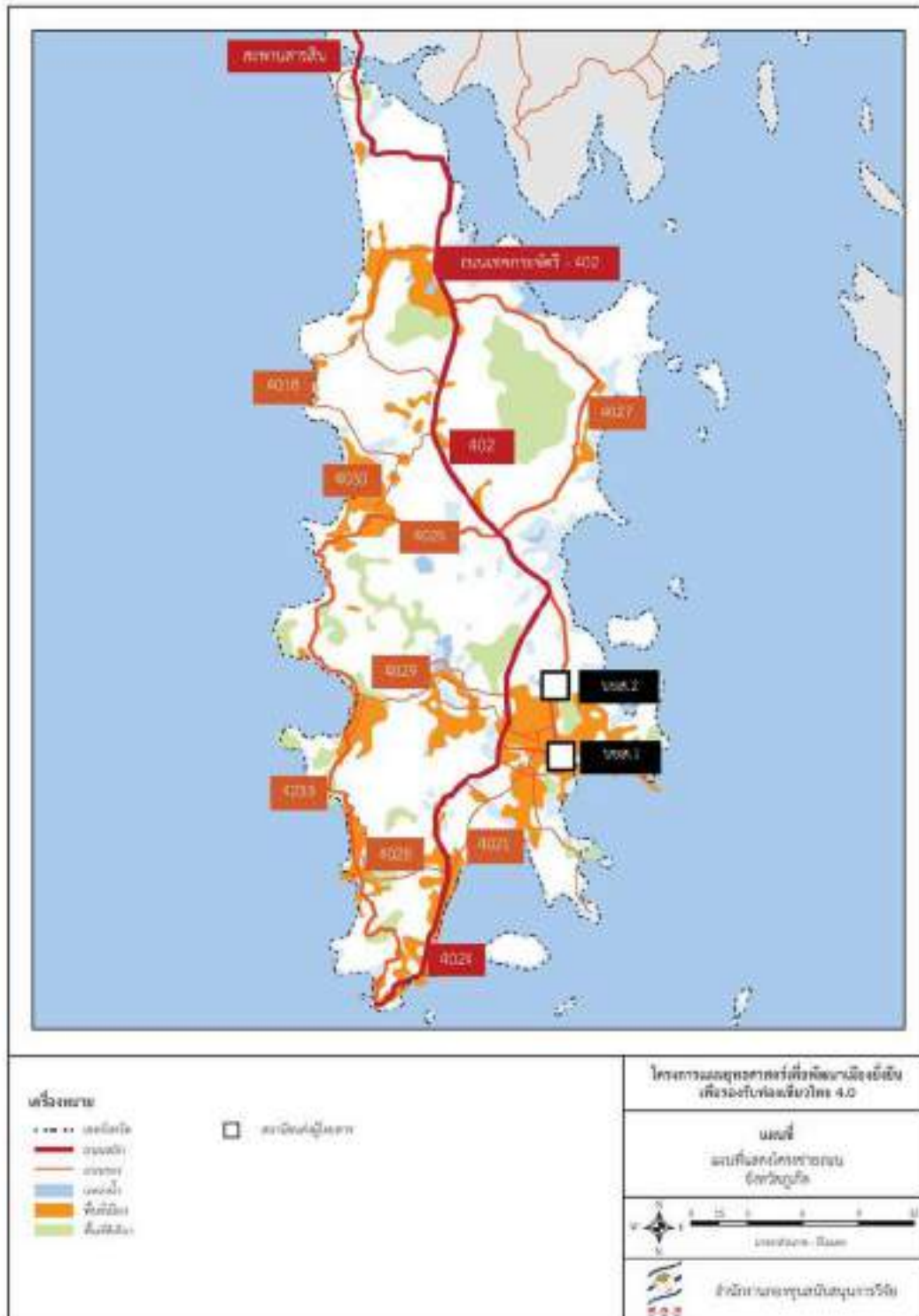


แผนภาพที่ 5-17 ศักยภาพเข้าถึงจังหวัดภูเก็ตโดยทางบก และทางอากาศ

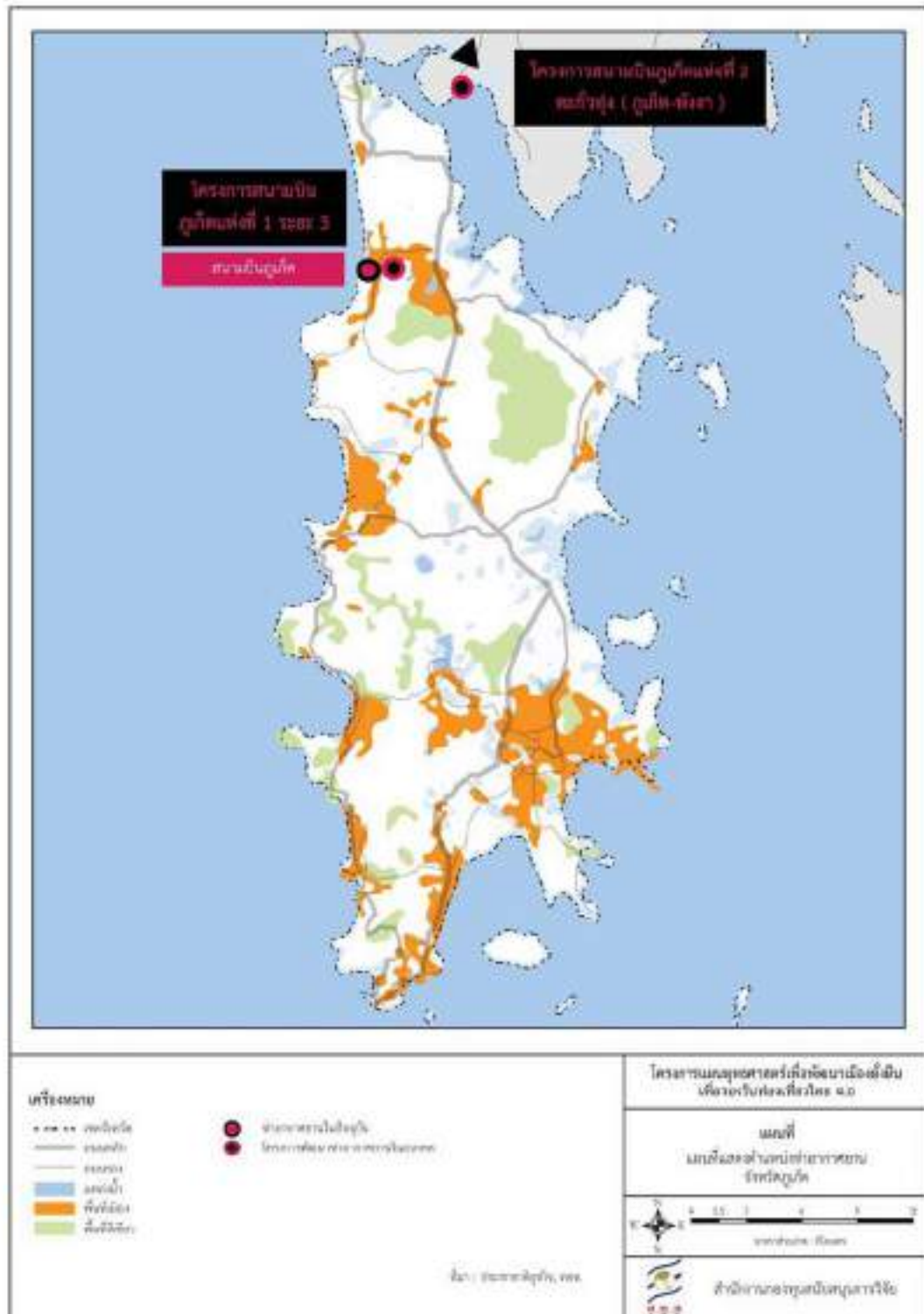
จังหวัดภูเก็ตสามารถเข้าถึงได้สะดวกจากทางอากาศ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ 60 ไร่ ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะ โดยมีขีดความสามารถการรองรับผู้โดยสาร 12.5 ล้านคนต่อปี และรองรับ 20 เที่ยวบินต่อชั่วโมง ในปัจจุบันอยู่ในการพัฒนาระยะที่ 2 (พ.ศ. 2561-2565) เพื่อเพิ่มปริมาณการรองรับ เป็น 18.5 ล้านคนต่อปี รองรับ 25 เที่ยวบินต่อชั่วโมงในอนาคต ใน พ.ศ. 2561 มีผู้โดยสารมากถึงกว่า 17 ล้านคนต่อปี ซึ่งมากกว่าความสามารถของท่าอากาศยานในปัจจุบัน และในระยะที่ 3 (พ.ศ. 2562-2568) ต้องการเพิ่มความสามารถของการรองรับผู้โดยสารเป็น 25 ล้านคนต่อปี อย่างไรก็ตาม อุปสรรคของการเดินทางทางอากาศ คือ การเดินทางจากท่าอากาศยานเพื่อเข้าตัวเมืองและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยระยะเวลาเดินทางเฉลี่ยเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ทางใต้ของเกาะจากสนามบินใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 1 – 1:30 ชั่วโมง และมีราคาสูง โดยขึ้นอยู่กับรูปแบบการเดินทาง รถประจำทาง รถแท็กซี่ หรือการเช่ารถยนต์

ในอนาคต การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยได้เตรียมแผนก่อสร้างท่าอากาศยานภูเก็ตแห่งที่ 2 (ภูเก็ต-พังงา) รองรับปริมาณจราจรทางอากาศและผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยพิจารณาเลือกพื้นที่ใน อ.ตะกั่วทุ่ง ต.โคกกลอย จ.พังงา ห่างจากท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตในปัจจุบันประมาณ 20 กม.

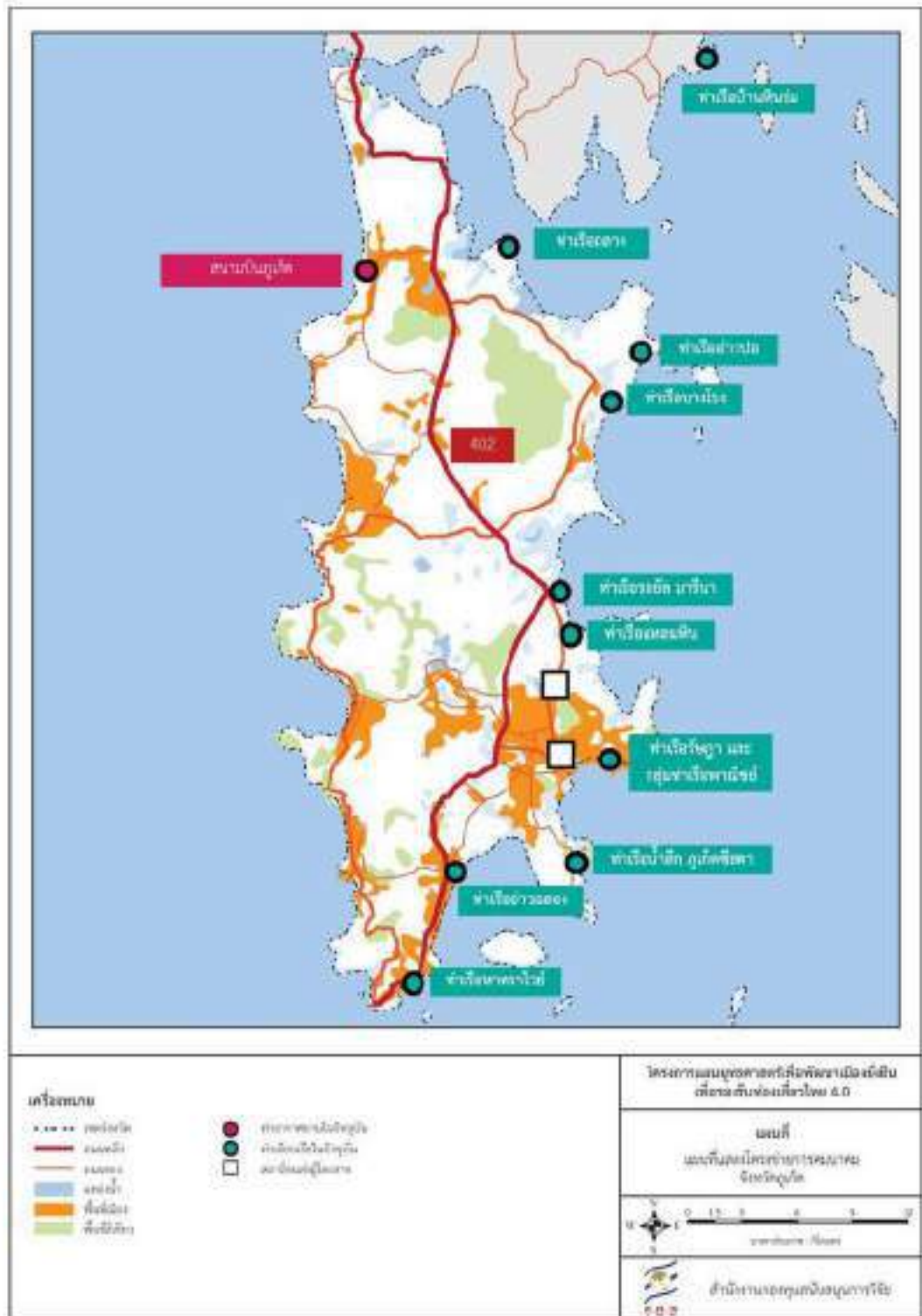
การเดินทางในเกาะภูเก็ตต้องพึ่งเส้นทางทางถนนเป็นหลัก ซึ่งเป็นข้อจำกัดอย่างมากเพราะยังมีถนนหลักอยู่เพียง 3 เส้นคือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 จากทิศเหนือของเกาะเข้าสู่เทศบาลนครภูเก็ต ทางหลวงหมายเลข 4024 เชื่อมจากทางตอนเหนือของอำเภอเมืองภูเก็ตสู่ทางใต้ของเกาะ และทางหลวงหมายเลข 4030 ที่วิ่งจากเหนือลงใต้ตามสภาพภูมิประเทศเพื่อเชื่อมหาดและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางฝั่งตะวันตกเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีทางหลวงหมายเลข 4027 4028 และ 4029 ที่เชื่อมชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวทางฝั่งตะวันตกเข้ากับ การตั้งถิ่นฐาน ท่าเรือ และเมืองที่ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออก



แผนภาพที่ 5-18 โครงข่ายถนน จังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-19 ตำแหน่งท่าอากาศยาน จังหวัดภูเก็ต



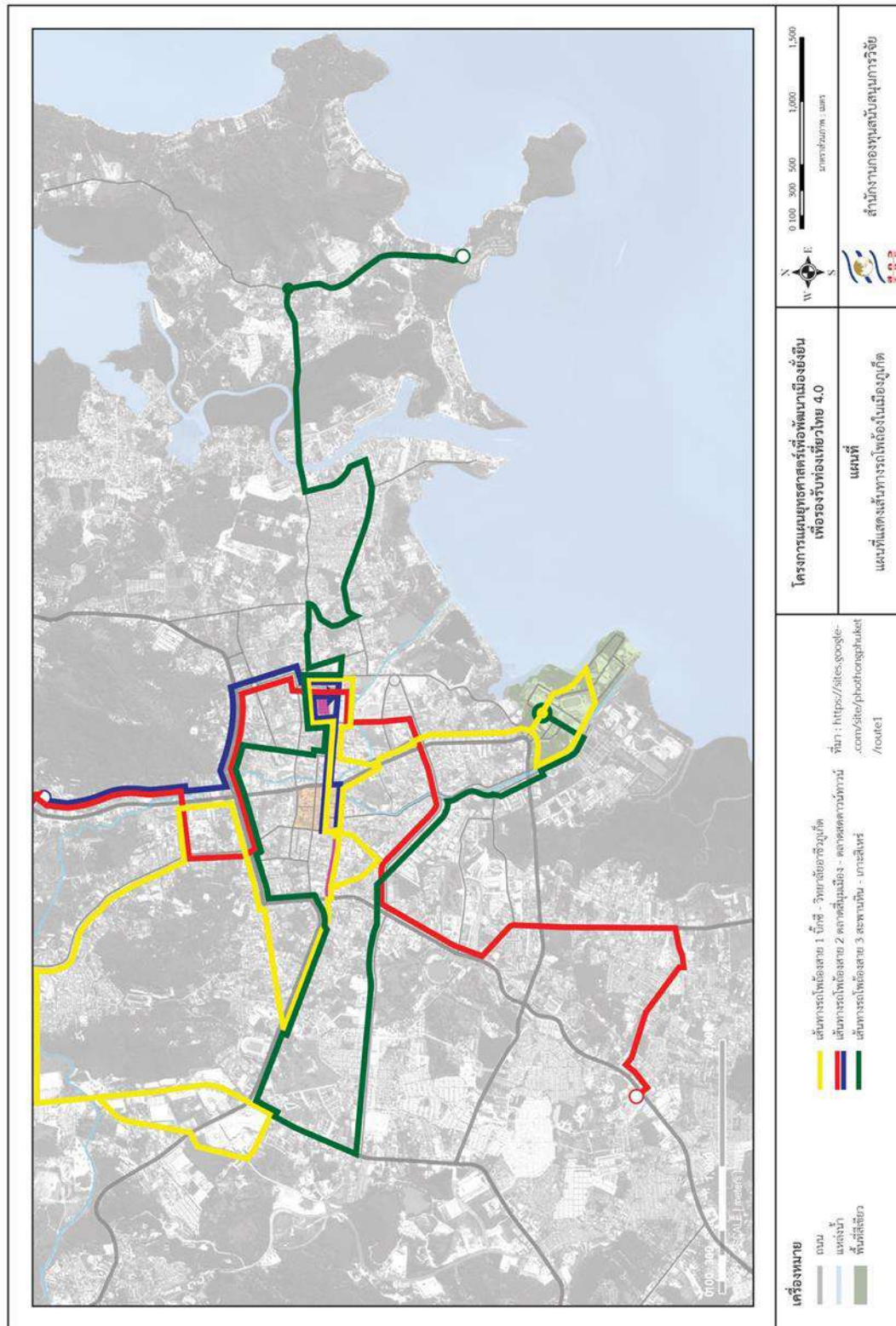
แผนภาพที่ 5-21 ตำแหน่งโครงข่ายการคมนาคม จังหวัดภูเก็ต

ระบบขนส่งมวลชนของภูเก็ตในปัจจุบัน มีรถโดยสารประจำเส้นทางที่เชื่อมพื้นที่ต่าง ๆ เข้าสู่เมืองภูเก็ต โดยระบบรถดังกล่าวถูกเรียกว่า "รถไฟฟ้า" เส้นทางรถไฟฟ้าของเมืองภูเก็ตถูกแยกออกเป็น 2 ส่วนหลักคือ เส้นทางที่วิ่งระดับหาด และวิ่งระดับเมืองภูเก็ต โดยเส้นทางที่วิ่งระดับเมืองภูเก็คนั้นมีทั้งหมด 3 สาย ดังนี้

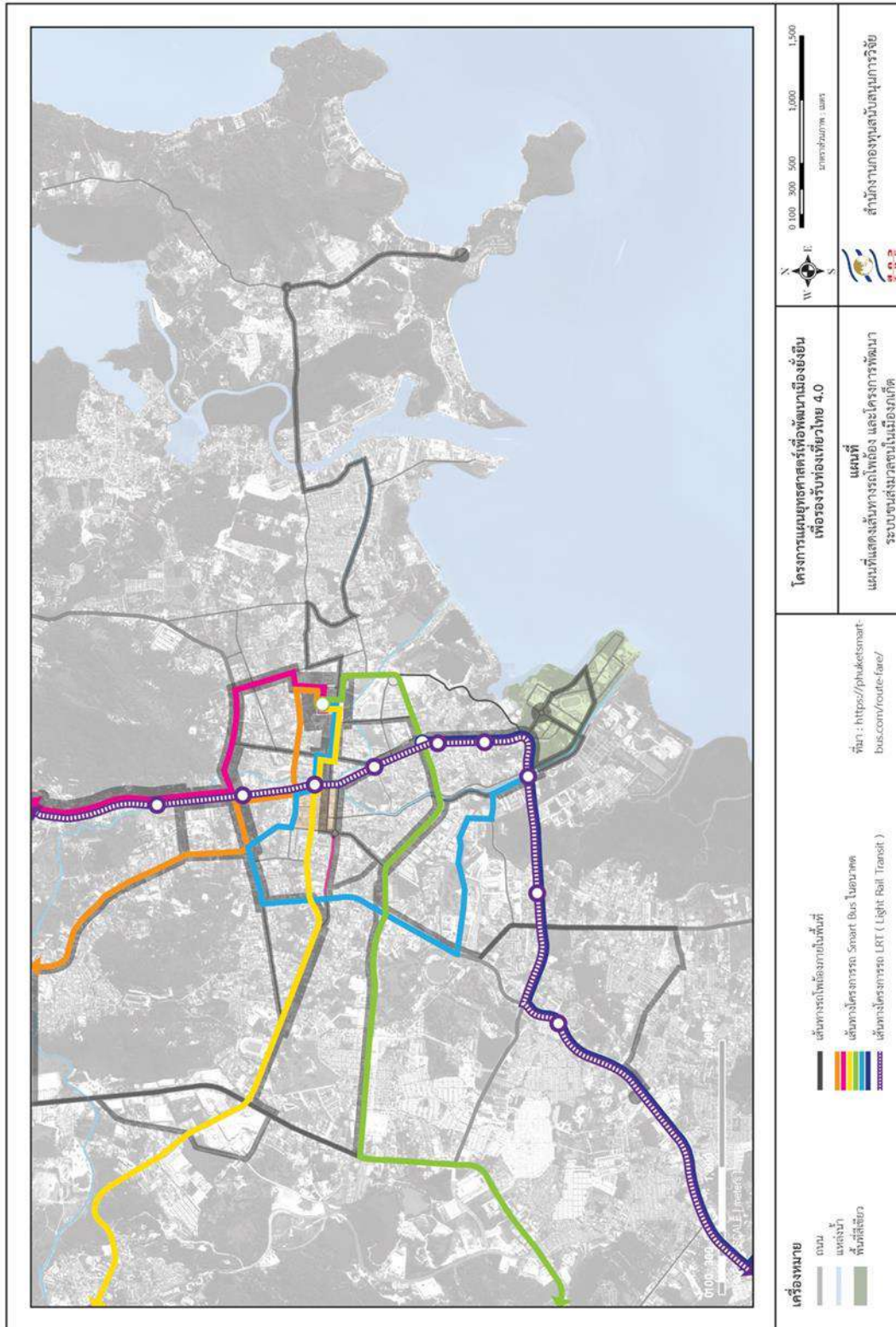
- รถไฟฟ้าสาย 1 บีคี่ - วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต
- รถไฟฟ้าสาย 2 ตลาดสี่มุมเมือง - ตลาดสดดาวนันทาวน
- รถไฟฟ้าสาย 3 สะพานหิน - เกาะสีเหร่

เส้นทางรถทั้งสามสายจะมีจุดขึ้นรถที่สถานีขนส่งเก่าในเมืองภูเก็ต โดยมีลักษณะเส้นทางกระจายจากตัวเมืองออกไปตามทิศต่าง ๆ รอบเมืองภูเก็ต แต่มีวิ่งทับซ้อนและวิ่งวน ทำให้ยากต่อการเข้าใจของผู้ใช้บริการใหม่ ในส่วนของรถไฟฟ้าที่วิ่งในระดับหาด มีจุดขึ้นรถบริเวณตลาดสดสาธารณะ 1 ในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งตอบรับกับความต้องการของชาวภูเก็ตที่อยู่นอกเมือง และต้องการเข้ามาซื้อของภายในเมืองและออกไปได้สะดวก อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ไม่ไกลจากเมืองเก่าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

ทางการภูเก็ตเล็งเห็นถึงปัญหาด้านระบบขนส่งภายในจังหวัด จึงริเริ่มโครงการพัฒนาระบบขนส่งประจำทางที่เรียกว่า Smart Bus แต่ยังคงมีเพียงเส้นเลียบหาดทางฝั่งตะวันตกของจังหวัดภูเก็ต ในปัจจุบัน มีความคิดริเริ่มที่จะพัฒนาระบบขนส่งมวลชนระบบรางขึ้นมาทางฝั่งตะวันออกของเกาะ โดยอาจอยู่ในรูปแบบของรถไฟฟ้ารางเบา (Light Rail Transit - LRT) หรือระบบรถราง



แผนภาพที่ 5-23 เส้นทางรถไฟถึงในเมืองภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-24 เส้นทางรถไฟฟ้า และโครงการพัฒนา

ด้วยสภาพที่เป็นเกาะ จังหวัดภูเก็ตมีท่าเรืออยู่เป็นจำนวนมากรอบเกาะ แต่ส่วนมากอยู่ทางฝั่งตะวันออกของเกาะ ท่าเรือที่มีอยู่ใช้รองรับกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งทางด้านการขนส่งสินค้า การเดินทาง และการท่องเที่ยว โดยเป็นเครือข่ายเชื่อมต่อในระหว่างจังหวัดโดยรอบ และเชื่อมโยงกับต่างประเทศ ในปัจจุบัน มีโครงการสร้างท่าเรือเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว อาทิ โครงการพัฒนา Phuket Cruise Home Port เพื่อรองรับเรือสำราญ ทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเข้าถึงภูเก็ต และมีการพัฒนาศูนย์ประชุมและกิจกรรมโดยรอบ โครงการพัฒนาท่าเรือยอชท์บริเวณอ่าวกึ่ง รองรับ 72 ลำ รวมไปถึงแนวคิดในการสร้างท่าเรือสนามบินภูเก็ต เพื่อเชื่อมต่อกับหาดกมลา ป่าตอง และกะรน-กะตะ สร้างการเชื่อมต่อจากสนามบินสู่ท่าเรือ ท่าเทียบเรือในจังหวัดภูเก็ตนั้นมี 8 ท่าเรือหลัก โดยไม่รวมท่าเรือประเภทยานนาวา (จอดเรือส่วนตัว) ทั้งนี้คณะผู้ศึกษาได้สำรวจและวิเคราะห์ท่าเรือเหล่านี้ ในประเด็นต่อไปนี้

- ขนาดความยาวและความกว้างของท่าเทียบเรือ เพื่อสำรวจศักยภาพการพัฒนาเชิงกายภาพ
- การเข้าถึง เพื่อสำรวจศักยภาพการเข้าถึง ด้วยรูปแบบการเดินทางและระยะเวลาเข้าถึง
- รูปแบบการให้บริการและเวลาเดินทาง เพื่อสำรวจประเภทเรือและกิจกรรมในแต่ละท่าเรือ
- ท่าเรือปลายทาง ระยะทางและระยะเวลา เพื่อสำรวจขอบเขตการเดินทางของท่าเทียบเรือ
- สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียง เพื่อสำรวจกิจกรรมรองรับโดยรอบท่าเรือ

จากการสำรวจพบว่า ยังไม่มีแผนพัฒนาการรองรับการพัฒนาพื้นที่รอบท่าเรือที่มีอยู่ อีกทั้งยังขาดการเชื่อมต่อระบบขนส่งมวลชนจากท่าเทียบเรือสู่พื้นที่อื่นของเกาะ จึงทำให้ผู้เดินทางต้องพึ่งพารถยนต์ส่วนตัวและรถรับจ้างอยู่มาก

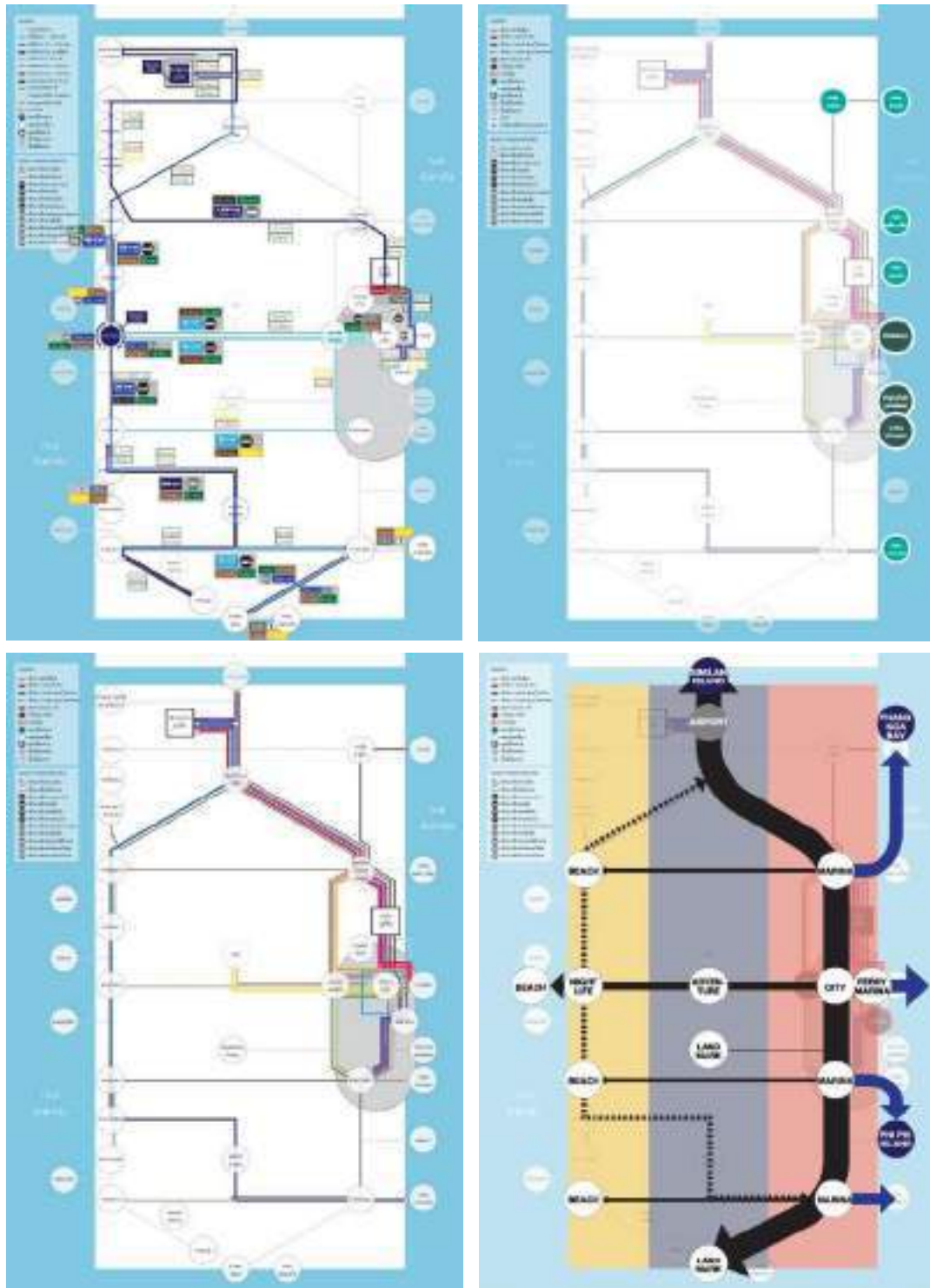
ชื่อสถานที่	ความยาวหน้าทำ / ขนาดเรื่องน้ำ	ท่าเรือปลายทาง	การเข้าถึง	กิจกรรม และความหนาแน่น
1. ท่าเทียบเรือ อำเภอ	190 เมตร / 0.4 km	ภูเก็ต-อ่าวพังงา เกาะภูเก็ต		
2. ท่าเทียบเรือบางริ้ว	50 เมตร / 0.4 km	เกาะบางริ้ว		
3. ท่าเทียบเรือ แหลมหิน	0 เมตร / N/A	เกาะสิเหร่ใหญ่ เกาะหิน		
4. ท่าเทียบเรือบ้านริ้ว	N/A / N/A	-		
5. ท่าเทียบเรือ ริษฎา และกลุ่ม ท่าเทียบเรือ	100 เมตร / 0.4 km	เกาะพิพิธ เกาะพระ อ่าวบาง เกาะลังกา เกาะไม้ซาด		
6. ท่าเทียบเรือ น้ำลึกภูเก็ตฮิสต่า	300 เมตร / 1.1 km	เกาะไม้ซาด เกาะลังกา		
7. ท่าเทียบเรือ ท่องเที่ยวชาวคลอง	300 เมตร / 1.000 km	เกาะพิพิธ เกาะไม้ เกาะราชินีใหญ่		
8. ท่าเทียบเรือ หาดราไวย์	30 เมตร / N/A	เกาะพีพี		

ตารางที่ 5-1 เปรียบเทียบท่าเรือที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต
ที่มา : จากการสำรวจ, 2561

คณะสำรวจได้ลงพื้นที่สำรวจรูปแบบการเดินทางและท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต โดยเปรียบเทียบค่าเดินทางและความเร็วในการเดินทาง เส้นทางรถประจำทางภายในจังหวัดภูเก็ตกระจายตัวจากเมืองภูเก็ตไปยังหาดและสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของเกาะภูเก็ต โดยมีค่าเดินทางอยู่ที่ประมาณ 30-40 บาทต่อคน และมีเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างหาดด้วย Phuket Smart Bus ซึ่งลัดเลาะตามแนวถนนเลียบริมหาดทางฝั่งตะวันตก มีค่าใช้จ่ายที่ประมาณ 100-170 บาท แต่หาดบางแห่งไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยรถ Smart Bus จึงจำเป็นต้องเดินเท้าต่อในระยะทางค่อนข้างไกลหรือเหมารถประจำทาง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายประมาณ 200-1000 ต่อคัน

ด้วยโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางด้วยรถ Smart Bus ยังไม่ดีมากนัก ทำให้คณะสำรวจจำเป็นต้องเหมารถเสียเป็นส่วนใหญ่ หากเปรียบเทียบค่าเดินทางต่อระยะทางแล้ว รถเหมามีราคาแพงกว่ารถประจำทางถึง 4 เท่า แต่มีความเร็วในการเดินทางต่างกันแค่ 5 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพราะใช้เส้นทางในการเดินทางใกล้เคียงกัน แตกต่างกันเพียงรูปแบบการเดินทาง แต่อีกปัจจัยที่สำคัญคือเส้นทางรถประจำทางมีระยะเวลาจอดรถ (Off Vehicle) นานกว่ารถเหมามาก ด้วยจำนวนรอบรถที่น้อย ทำให้ไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ด้วยระยะเวลาในการเดินทางที่จำกัดและข้อมูลในการขึ้นรถโดยสารไม่มากเพียงพอ

อีกปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมเหมารถหรือเช่ารถ คือ การท่องเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ นั้น บางท่าเรืออยู่นอกเส้นทางหลักและเส้นทางของขนส่งประจำทาง จำเป็นต้องเดินเท้าหรือเหมารถเข้าไป จึงทำให้การเช่ารถเป็นทางเลือกที่ดีในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-25 ประสิทธิภาพการเดินทาง ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต และโครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในอนาคต
ที่มา : จากการสำรวจ, 2561

บทสำรวจศักยภาพของหาด

หาดในจังหวัดภูเก็ตที่นิยมในการท่องเที่ยวมีทั้งหมด 18 หาด โดยไม่รวมหาดขนาดเล็กที่มักจะเป็นหาดส่วนตัว ขณะสำรวจได้เลือกหาดทั้งหมด 13 หาดที่มีขนาดและการเข้าถึงเหมาะสมมาใช้ในการสำรวจและวิเคราะห์ โดยมีการสำรวจดังนี้

- ขนาดความยาวและความกว้างของหาด เพื่อสำรวจศักยภาพการพัฒนาเชิงกายภาพ
- จำนวนแปลงที่ดินดิริมทะเล เพื่อสำรวจความเป็นสาธารณะของพื้นที่หาดจากการถือครองที่ดิน
- การเข้าถึง เพื่อสำรวจศักยภาพการเข้าถึง ด้วยรูปแบบการเดินทางและระยะการเข้าถึง
- กิจกรรมและความหนาแน่น เพื่อสำรวจกิจกรรมและความหนาแน่นที่เหมาะสมกับหาดนั้น ๆ

ผลการสำรวจพบว่า แต่ละหาดที่สำรวจล้วนมีเสน่ห์ในด้านการท่องเที่ยว และมีจุดอ่อนจุดแข็งของการพัฒนาที่แตกต่างกัน ในประเด็นนี้ ถือว่าเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวในภูเก็ตที่มีสถานที่ท่องเที่ยวตอบสนองในท่องเที่ยวที่ต่างกลุ่มและมีรสนิยมการท่องเที่ยวที่ต่างกันได้จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ แต่ในทางกลับกันก็พบว่า แนวทางการพัฒนาพื้นที่ในแต่ละหาดกลับมีแนวโน้มจะไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมกันนี้ การเดินทางจากที่พักจุดหนึ่งไปยังพื้นที่ชายหาดอีกจุดหนึ่งยังขาดความสะดวกสบายอยู่มาก เนื่องจากระบบการขนส่งมวลชนยังไม่ดีพอ ทำให้หลายหาดที่เป็นที่นิยมเกิดปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหานี้แย้งกับความพยายามในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวแบบพักตากอากาศชั้นนำ

ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตเดิมคือ ไข่มุกแห่งอันดามัน ซึ่งมาจากความสวยงามของน้ำทะเล หาดทราย หาดทราย ภูมิประเทศและภูมิอากาศอันสวยงาม และอุ่น เหมาะแก่การท่องเที่ยว อีกทั้งไข่มุกยังเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมดั้งเดิมของชาวภูเก็ต คือการเพาะเลี้ยงหอยมุกงาน และเป็นตราประจำจังหวัดภูเก็ตอีกด้วย

ล่าสุดเทศบาลนครภูเก็ตได้รับประกาศยกย่องเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจากยูเนสโก ประจำปี พ.ศ. 2558 หรือ “Creative City of Gastronomy” ซึ่งเป็นเมืองแรกของประเทศไทยและของอาเซียน และเป็นหนึ่งใน 18 เมืองของโลกด้านอาหาร ภูเก็ตมีจุดเด่นสำคัญด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหาร อาทิ อาหารทะเลอันดามัน อาหารไทยอาหารบาบ๋าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อาหารท้องถิ่นภูเก็ตมีอัตลักษณ์ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัวและใช้ชีวิตดูดิบที่มีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต อีกทั้งความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของภูเก็ตมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอาหารและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การได้รับเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารในครั้งนี้ จะทำให้ภูเก็ตมีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจการลงทุนต่อยอดจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไปได้ โดยจุดเด่นที่ยูเนสโกเลือกภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารมีอยู่ 5 ประการ

- 1) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารที่เกิดจากพหุสังคม
- 2) อาหารภูเก็ตเป็นองค์ประกอบสำคัญในทุกเทศกาล พิธีการความเชื่อ วิถีชีวิตในครอบครัว
- 3) อาหารท้องถิ่นภูเก็ตหลายประเภทมีอัตลักษณ์หาทานที่อื่นไม่ได้ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัว และหลายอย่างเป็นวิถีชีวิตที่มีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต
- 4) ความเข้มแข็งและความร่วมมือจากภาคเอกชน ภาครัฐและสถาบันทางวิชาการในภูเก็ต ทำให้มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนพื้นฐานวิทยาการด้านอาหารหลากหลายอย่าง เช่น การจำหน่ายอาหารท้องถิ่นแปรรูปเป็นของฝาก ของที่ระลึก ฯลฯ

- 5) ชาวภูเก็ตมีน้ำใจ อภัยภัยดีงาม (Thai Hospitality) ยินดีร่วมมือแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์กับเมืองอื่น ๆ ในเครือข่าย ภายใต้แนวคิด "Good Food, Good Health, Good Spirit...in Phuket" กินดี อยู่ดี มีจิตใจงาม...ที่ภูเก็ต

นอกจากนั้นสมาคมโรงแรมภูเก็ตยังได้จัดทำแบรนด์ดิ้งให้กับจังหวัดภูเก็ตผ่านแนวคิด "Greatest Tropical Destination" ผ่านสามปัจจัยหลักคือ Thai Handicraft พัฒนาสินค้าชุมชนและหัตถกรรม Curl of the Surf คลื่นลมตลอดปีของจังหวัดภูเก็ต ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเล่นกีฬาทางน้ำ และ Sparkling Waters น้ำทะเลสีฟ้าใส และหาดทรายขาวสวยที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการมาท่องเที่ยวภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-26 ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

ภาพรวมของความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ต

สำหรับโจทย์ด้านการท่องเที่ยวจะเป็นกรอบในการวิเคราะห์และนำเสนอแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมืองนั้น คณะผู้วิจัยได้ประมวลข้อมูลมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งรายงานการศึกษาของหน่วยงานและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ และจากการสังเกตการณ์เมื่อลงไปสำรวจภาคสนาม ประเด็นหลักมีดังนี้

- **การท่องเที่ยวคือปัจจุบันและอนาคตของเศรษฐกิจภูเก็ต** เศรษฐกิจของภูเก็ตในปัจจุบันพึ่งการท่องเที่ยวเป็นหลัก คาดได้ว่า ด้วยความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในพื้นที่ใกล้เคียง ระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ภูเก็ตมีอยู่ แนวโน้มนี้คงมีต่อไปอีกนานในอนาคต ดังนั้น การวางแผนเศรษฐกิจของภูเก็ตในอนาคตจึงต้องเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลก งานวิจัยนี้ตั้งอยู่บนฐานข้อตกลงที่ว่า การออกแบบและพัฒนาเมืองเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจภูเก็ตในอนาคต เพราะการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ผูกติดกับพื้นที่ (spatial fixity) คุณภาพของพื้นที่สะท้อนระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น อนาคตของการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับอนาคตของการออกแบบและพัฒนาพื้นที่นั้นด้วย
- **ภูเก็ตอาจกำลังติดอยู่ใน “กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”** จำนวนนักท่องเที่ยวของภูเก็ตเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด แต่เหมือนกับไม่สามารถสร้างฐานการท่องเที่ยวมูลค่าสูงได้เท่าใดนัก มีนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ เช่น จากจีน รัสเซียมาเต็มเต็มตลอด แต่กลุ่มที่มีรายได้สูงไม่กลับมาเท่าไร โดยเฉพาะในหากระดับมวลชน เช่น ป่าตอง กะตะ กระรน
- **แต่ก็มีเค้าโครงของแนวโน้มการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น** สังเกตได้จากโรงแรม 5-6 ดาว ที่เพิ่มมากขึ้น กลุ่มเรือยอชต์ ฯลฯ นักท่องเที่ยวรายได้สูง แต่อาจสร้างผลทวีคูณทางเศรษฐกิจไม่มากนัก เพราะทุกอย่างมีความเฉพาะ (exclusive) และหรูหราที่ต้องพึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Michelin-starred chefs นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงก็มักอยู่ในพื้นที่เฉพาะ เช่น กลุ่ม Laguna ที่หาดบางเทา โรงแรมริมน้ำแบบ villas with private pools ไม่ออกมาเที่ยวข้างนอกเท่าใดนัก
- **แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก** จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีน อินเดีย อาเซียน มากขึ้น เพราะรายได้เพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวจีนทำให้ความเป็นฤดูกาล (seasonality) ของการท่องเที่ยวในภูเก็ตลดลง ช่วง low season ตอนนี้อย่างมีคณมาเยอะ
- **FIT เปลี่ยนโฉมหน้าตลาดการท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวแบบ free individual travelers ซึ่งมาเที่ยวเอง ไม่ได้มากับกลุ่มทัวร์ จึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเน้นประสบการณ์ เน้นความแท้ (authenticity) และความหลากหลาย แต่คนกลุ่มนี้ไม่ได้เที่ยวแบบอยู่ชายหาดตลอด โดยเฉพาะคนเอเชียที่ไม่อยากผิวคล้ำ ตอนกลางวันต้องมีกิจกรรมอะไรทำในร่ม ตอนนี้อย่างเที่ยวแบบตาม ๆ กันอยู่ แต่ก็อาจเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น ความเป็นปัจเจกและความเฉพาะตัวมากขึ้น รวมไปถึงการถวิลหาของเก่าของคนรุ่นใหม่ (nostalgia) แต่มีความร่วมสมัย (contemporary) ความเฉพาะของสินค้าและประสบการณ์ที่ไม่ไหล (mass) รวมถึงการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและชุมชนมากยิ่งขึ้น (ไม่ว่าจะคิดอย่างนั้นจริง ๆ หรือไม่ก็ตาม)

- **การท่องเที่ยวด้วยเครื่องมือดิจิทัล** การใช้เครื่องมือด้านดิจิทัลกับทุกอย่างในชีวิต แต่ยิ่งพึ่งเครื่องมือดิจิทัลมากเท่าไร และข้อมูลมากมายมหาศาลเท่าไร การสร้างสินค้าที่เฉพาะบุคคล หรือ personalization ยิ่งสำคัญขึ้นเท่านั้น
- **การท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงระดับโลก** จำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นลงตามอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก รวมถึงความปลอดภัย และการรับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง และเหตุการณ์อื่น ๆ แม้ว่าภูเก็ตถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก แต่ก็ไม่ได้ปลอดภัยจากความเสี่ยงต่อปัจจัยและสถานการณ์ต่าง ๆ

ดังนั้น สามารถสรุปวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและความท้าทายในการออกแบบพัฒนาเมืองท่องเที่ยวภูเก็ตได้ว่า โจทย์ระยะยาวของภูเก็ตคือจะสร้างฐานเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องแต่ไม่พึ่งพึ่งการท่องเที่ยวเกาะและชายหาดอย่างเดียวและเสมอไปได้ได้อย่างไร เพื่อรับมือกับความเสี่ยงและสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาภูเก็ตน้อยลง ในบางช่วงเวลา คำตอบอาจอยู่ที่การสร้างความหลากหลายของเศรษฐกิจในจังหวัด โดยอาจเพิ่มกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแบบ MICE รวมไปถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบกีฬาและการออกกำลังกาย เช่น มวยไทย ตัวอย่างในต่างประเทศที่เห็นได้ชัดของการสร้างความหลากหลายของกิจกรรมเศรษฐกิจคือ เมืองดูไบ บาร์เซโลนา และฮาวาย ซึ่งมีแหล่งกิจกรรมที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวมากกว่าหาดทราย

ภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยวอันดับต้นของประเทศเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในภูมิภาค และเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพิงความเป็นธรรมชาติและเมืองร่วมกัน อีกทั้งยังมีความเป็นแบรนด์ระดับนานาชาติ (international brand) และแบรนด์ย่อยของแต่ละพื้นที่ (sub-brand) ที่มีสามารถรองรับตลาดนักท่องเที่ยวได้เกือบทุกส่วนตลาด ทำให้จังหวัดภูเก็ตพึ่งพาเศรษฐกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละประมาณ 60 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด อย่างไรก็ตาม เมืองภูเก็ตในปัจจุบันประสบปัญหาที่มาพร้อมกับความเป็นเมืองชั้นพื้นฐาน ทั้งปัญหาการจราจร การจัดการปริมาณและคุณภาพน้ำ ทั้งน้ำประปา น้ำเสียและน้ำท่วม รวมถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั่วไป และตกอยู่ในภาวะเสี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังขาดความพร้อมในการรับมือกับรูปแบบการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลและแนวโน้มเทคโนโลยีด้านอื่น ๆ ดังนั้น จากมุมมองของการทำแบรนด์ของเมือง (city branding) ภูเก็ตอาจมีแบรนด์และภาพลักษณ์ที่อยู่ในระดับโลกได้ แต่ขีดความสามารถในการรองรับ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมือง ถือว่ายังไม่ตอบรับกับแบรนด์ที่มีอยู่เท่าใดนัก ในขณะเดียวกัน เนื่องจากภูเก็ตมีความหลากหลายของนักท่องเที่ยว และมีแบรนด์ย่อยที่ตอบรับกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แต่การออกแบบและพัฒนาเมืองในแต่ละพื้นที่ยังไม่สะท้อนแบรนด์ย่อยที่มีอยู่ จึงจำเป็นต้องมีการประสานการออกแบบและพัฒนาเมืองให้เข้ากับแบรนด์ของภูเก็ตที่มีอยู่แล้ว

จากการทบทวนเอกสารสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งรายงานของหน่วยงานราชการและหน่วยงานด้านวิชาการ ผลงานวิจัย และข่าวตามสื่อต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์และการสำรวจพื้นที่ สามารถสรุปประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ในด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในระดับโลกได้ดังนี้

ความท้าทายระดับโครงสร้างพื้นฐาน

ภูเก็ตประสบปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานแทบทุกด้าน ดังเช่นเมืองใหญ่ทั่วไปในประเทศไทยที่เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ขีดความสามารถในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่สามารถตามได้ทัน นับตั้งแต่ขีดความสามารถในการรองรับของท่าอากาศยานที่ไม่เพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นมาก ไปจนถึงปัญหาการขนส่งจราจรในเมือง โดยเฉพาะการขาดแคลนระบบการขนส่งมวลชนที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ จึงทำให้การผู้คนหันมาใช้รถยนต์และจักรยานยนต์ส่วนตัว รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ขี่จักรยานยนต์ไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และมีปัญหาอุบัติเหตุสืบเนื่องตามมา ปัญหาการเชื่อมต่อด้านการเดินทางขนส่งระหว่างแหล่งที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมอื่น ๆ รวมถึงพื้นที่เมืองเดิม จึงเป็นโจทย์สำคัญมากของภูเก็ต

นอกจากนี้ ภูเก็ตยังประสบปัญหาด้านน้ำประปาที่ขาดแคลนมาก เนื่องจากธุรกิจโรงแรมใช้น้ำดิบเป็นปริมาณมาก นอกเหนือจากการเติบโตของกิจกรรมพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัย แต่แหล่งน้ำดิบในเกาะภูเก็ตมีอยู่จำกัด แม้ว่าจะมีการใช้น้ำจากเหมืองเก่าได้ แต่ก็มียาราคาแพง เป็นการเพิ่มต้นทุนด้านการผลิตและการบริการ ส่วนปัญหาด้านน้ำเสีย ก็ยังคงมีการปล่อยน้ำเสียลงในคูคลองและทะเลอย่างผิดกฎหมาย แม้มีการตรวจสอบกำกับอยู่ตลอดเวลาก็ตาม สำหรับปัญหาน้ำท่วมนั้น เป็นน้ำท่วมหลากฉับพลันที่เกิดขึ้นเป็นประจำในช่วงฤดูฝนของทุกปี อย่างไรก็ตาม จังหวัดภูเก็ตถือว่าได้ประสบความสำเร็จในการกำจัดขยะและใช้ประโยชน์จากพลังงานทดแทนที่ผลิตได้จากการเผาขยะ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีในการบริหารจัดการขยะในเมืองใหญ่ได้ แม้ว่าจะยังมีประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไขต่อไป นอกจากนี้ ยังต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและการบริหารจัดการเมืองทั้งในภาพรวมและเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

ความท้าทายระดับโครงสร้างเมือง

หากวิเคราะห์ตามฐานเศรษฐกิจของภูเก็ตที่พึ่งพาสาขาการท่องเที่ยวเป็นหลัก จะเห็นได้ว่า พื้นที่เมืองบริเวณหาดแทบทุกหาดจะเป็นพื้นที่เศรษฐกิจและแหล่งงานที่ผลักดันระบบเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตาม พื้นที่บริเวณระหว่างหาดสำคัญคือ หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน และหาดราไวย์ กับพื้นที่เทศบาลนครภูเก็ต โดยเฉพาะพื้นที่สองข้างถนนเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 (หมายเลข 402) ถนนวิจิตรสงคราม (4020) ถนนเจ้าฟ้าตะวันตก (4022) ได้เริ่มมีการพัฒนาโครงการห้างสรรพสินค้าและพื้นที่พาณิชยกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งจะทำให้เกิดแรงดึงดูดของการกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเมืองมาในย่านนี้มากยิ่งขึ้น หากไม่นับโครงการพัฒนาโรงแรมและที่พักอาศัยสำหรับคนต่างชาติในพื้นที่ชายหาดหรือใกล้กับชายหาดแล้ว โครงการหมู่บ้านจัดสรรและ

ห้องชุดมักเกิดขึ้นในพื้นที่รอยต่อระหว่างศูนย์กลางเมืองเดิมกับบริเวณเมืองริมหาด แนวโน้มการพัฒนานี้จะยิ่งทำให้ศูนย์กลางเมืองภูเก็ตแต่เดิมลดความสำคัญลงไปเรื่อย ๆ เนื่องจากแม่เหล็กของกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ย้ายไปอยู่ตรงตำแหน่งอื่นของเมือง อย่างไรก็ตาม การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าภูเก็ตบริเวณถนนกลาง ถนนตีบุก และถนนกระบี่ได้ทำให้เกิดย่านท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ คล้ายกับย่านนิมมานะ ของเชียงใหม่ ทำให้เมืองเก่าที่เคยซบเซาลงไปได้กลับมามีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น

จากข้อสังเกตดังกล่าว คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความท้าทายของการพัฒนาเมืองในเชิงโครงสร้างทั้งจังหวัดภูเก็ตคือ จะเชื่อมโยงการพัฒนาของพื้นที่ต่าง ๆ เข้าด้วยกันได้อย่างไรให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนา โดยการสร้างความเฉพาะของพื้นที่ย่านต่าง ๆ ให้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่ในขณะเดียวกัน ก็ยังสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ เข้าด้วยกันได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น พื้นที่เมืองแต่ละแห่งในภูเก็ตมีความท้าทายเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป พื้นที่หาดป่าตองมีความเป็นเมืองสูง และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาเพิ่มไปเรื่อย ๆ ประเด็นด้านโครงสร้างพื้นฐานจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะด้านการขนส่งมวลชน ส่วนหาดกะตะและหาดกะรน แม้อาจยังไม่มีพัฒนาพื้นที่เท่ากับหาดป่าตอง แต่ก็มีแรงผลักดันในการพัฒนาค่อนข้างสูง จึงต้องมีการสร้างผังโครงสร้างพื้นฐานรองรับการพัฒนาให้ยังคงมีเอกลักษณ์ของพื้นที่อยู่ต่อไป

โจทย์หนึ่งที่คณะผู้วิจัยให้ความสนใจเป็นพิเศษในงานครั้งนี้ คือการฟื้นฟูพื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ต พื้นที่เมืองเดิมที่ว่านี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะบริเวณพื้นที่เมืองเก่าที่เริ่มมีกิจกรรมท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ เข้ามาแล้ว แต่รวมไปถึงพื้นที่พาณิชย์กรรมเดิมที่เคยเป็นศูนย์กลางของเมือง แม้ว่าอาจยังมีความคึกคักอยู่บ้าง แต่ก็เทียบไม่ได้กับพื้นที่พาณิชย์กรรมส่วนอื่น ๆ ของจังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากเป็นพื้นที่เมืองเดิม จึงมีโครงสร้างถนนและโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่มีศักยภาพที่จะฟื้นฟูกลับให้มีความคึกคักต่อได้ การฟื้นฟูพื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ตจะยังเป็นการตอบรับแนวคิดการพัฒนาเมืองที่เน้นการเพิ่มความหนาแน่นแบบกระชับ (compact) เพื่อส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งมวลชน โดยเฉพาะแนวคิดการพัฒนาเมืองรอบสถานีรถไฟหรือระบบขนส่งมวลชนแบบรางเบา (light rail transit) การฟื้นฟูเมืองเดิมของภูเก็ตจะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบบ TOD หรือ transit-oriented development ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกในปัจจุบัน

ความท้าทายในภาพรวมคือ จะทำอย่างไรให้การฟื้นฟูเมืองเดิมของภูเก็ตสามารถช่วยเกื้อหนุนการปรับเปลี่ยนและพัฒนาบทบาททางเศรษฐกิจของเมืองภูเก็ต ไปพร้อมกับการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามชายหาดได้ ความท้าทายดังกล่าวอาจแบ่งออกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้ดังนี้

- แผนการพัฒนาจะเชื่อมกิจกรรมเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองเดิมในเทศบาลนครภูเก็ตกับพื้นที่ใกล้เคียง เข้ากับระบบเศรษฐกิจหลักที่เกิดขึ้นกับหาดระดับมวลชน เช่น หาดป่าตอง และพื้นที่กลุ่มโรงแรมราคาแพง เช่น หาดบางเทา ได้อย่างไร

- จากที่ภูเก็ตได้กำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของจังหวัดให้เป็น World Destination ความท้าทายคือ จะทำให้แนวคิดหรือแบรนด์ดังกล่าว ชัดขึ้นได้อย่างไร ถึงแม้ว่าจังหวัดภูเก็ตและพื้นที่โดยรอบอาจเป็น จุดหมายระดับโลก แต่พื้นที่เมืองเดิม เช่น พื้นที่ในเทศบาลนครภูเก็ตอาจไม่ใช่จุดหมายปลายทางใน ตัวเอง ดังนั้น การกำหนดบทบาทหรือจุดที่ตั้ง (positioning) ของพื้นที่เมืองเดิมในภูเก็ตอาจอยู่ตรงที่ การเสริมความเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของภูเก็ตทั้งหมด โดยอาจแสดงบทบาทเป็นจุด เชื่อมต่อที่สำคัญ ในขณะที่เดียวกัน ค่อย ๆ พัฒนาความเป็นจุดหมายปลายทางของพื้นที่เมืองเดิมมาก ขึ้น ทั้งพื้นที่เมืองเก่าบริเวณถนนกลางและตึก กับพื้นที่สะพานหินที่อาจมีโครงการฟื้นฟูเมืองขนาด ใหญ่เกิดขึ้นได้
- สำหรับพื้นที่เมืองเก่ากำลังเริ่มได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้นนั้น วิวัฒนาการของพื้นที่มี ลักษณะคล้ายกับการเข้าสู่ความเป็นย่านท่องเที่ยวของย่านนิมมานฯ ที่เชียงใหม่ แต่จุดแข็งของพื้นที่ เมืองเก่าภูเก็ตนี้คือ มีอาคารประวัติศาสตร์อยู่จริง มีรากทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมมากกว่าที่ เชียงใหม่ แต่ข้อด้อยของภูเก็ตคือ ไม่มีฐานการผลิตทางดีไซน์และสร้างสรรค์เหมือนกับเชียงใหม่ ความ ท้าทายที่สำคัญคือ การสร้างกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตอบรับทั้งนักท่องเที่ยวและคนทั่วไปให้ เกิดขึ้นในพื้นที่นี้ให้ได้
- ความเหลื่อมล้ำน่าจะเพิ่มขึ้น ถ้าปล่อยให้เป็นอย่างนี้ต่อไป ระบบโครงสร้างการธุรกิจ การลงทุนด้านการ ท่องเที่ยวเอื้อต่อการสะสมทุน โดยเฉพาะทุนต่างชาติ ทั้งการถือครองและใช้ประโยชน์ที่ดินโดยทุน ใหญ่และทุนต่างชาติ ในบางพื้นที่ ปัญหาราคาที่อยู่อาศัยจะทำให้คนทำงานไม่สามารถซื้อหรือเช่าบ้าน ในราคาที่สามารถจ่ายได้ จนทำให้ต้องย้ายออกไปอยู่พื้นที่อื่นในภูเก็ต เป็นผลสืบเนื่องทำให้การจราจร ติดขัด ประกอบกับการขาดระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ วงจรของผลกระทบนี้จะยิ่งแย่งลง เรื่อย ๆ มีการแยกกันอยู่อย่างชัดเจนระหว่างคนต่างชาติ คนไทย และแรงงานต่างชาติ ระหว่าง คนรวยกับคนจน แหล่งงานสำคัญของภูเก็ตคือพื้นที่เมืองที่อยู่ติดกับชายหาด แต่คนทั่วไปจะอยู่อาศัย ในพื้นที่ห่างออกมา การพัฒนาพื้นที่ยังมีความหนาแน่นต่ำ กระจายไปทั่ว ระบบขนส่งมวลชนไม่ดี คนจึงต้องพึ่งจักรยานยนต์และรถยนต์ ความท้าทายในส่วนนี้คือ การสร้างพื้นที่รองรับด้านที่อยู่อาศัย และด้านสาธารณูปการให้กับพนักงานและแรงงานในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว รวมถึงคนทั่วไป ด้วยเช่นกัน แนวคิดหนึ่งที่คณะผู้วิจัยได้นำเสนอในงานคือ การฟื้นฟูและก่อสร้างใหม่ในบางพื้นที่เพื่อ รองรับความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานในหาดตอนกลางและตอนใต้ของเกาะ
- ความเป็นชุมชนในพื้นที่ธุรกิจท่องเที่ยวน่าจะมีอยู่น้อย เนื่องจากประชากรในพื้นที่ท่องเที่ยวมีการเข้า ออกสูง มีผู้คนมากหน้าหลายตา แรงงานจากหลายแหล่ง คนต่างชาติ ฯลฯ อีกทั้งราคาที่ดินและที่อยู่ อาศัยเพิ่มสูงมากเกินกว่าที่ประชาชนทั่วไปจะอยู่อาศัยได้ แหล่งท่องเที่ยวตามชายหาดจึงน่าจะมีความ เป็นชุมชนน้อย ถึงแม้จะมีความสัมพันธ์ของคนที่อยู่ใกล้เคียงกันบ้าง แต่การบริหารจัดการไม่ได้ลงใน

ระดับชุมชน เมื่อเป็นเช่นนี้ การขับเคลื่อนเรื่องการออกแบบและพัฒนาเมืองจึงน่าจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยวเป็นหลัก

ทั้งนี้ แต่ละพื้นที่ในภูเก็ตก็มีความท้าทายที่เหมือนกันและแตกต่างกันออกไป สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้เลือกพื้นที่เฉพาะสำคัญ 2 แห่ง คือ พื้นที่หาดกะรนและพื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ตในอำเภอเมือง

พื้นที่หาดกะรน

ในด้านจุดแข็งและโอกาส หาดกะรนมีความยาวเป็นอันดับ 3 ของเกาะภูเก็ต มีเนื้อทรายละเอียดเหมาะแก่การเล่นน้ำ และคลื่นลมแรงเอื้อต่อการเล่นกีฬาทางน้ำ ความเป็นสาธารณะและเข้าถึงได้อิสระ ส่วนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ก็มีโครงการรถ smart bus และรถไฟฟ้า นอกจากนี้ทั้งนี้ยังเป็นชุมชนโดยมีชุมชนกะหลิมและวัดกะรนเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมต่อภาคบริการ และไม่ไกลจากนั้นก็ยังมีแหลมไทรและเกาะปู เอื้อแก่การดำน้ำและดูปะการัง แต่ก็มีจุดอ่อนอยู่หลายด้าน เช่น คลื่นลมที่แรงของหาดกะรนทำให้ไม่สามารถเล่นน้ำได้ตลอดปี มีแนวดินกันแนวมองจากถนนสู่ชายหาด ชายหาดมีความยาวมากเกินไป ไม่เอื้อแก่การเดิน และเข้าถึงหาดได้เพียง 2 ทางเท่านั้น ธุรกิจที่พักขนาดใหญ่กั้นกลาง ทำให้หาดขาดช่วง ส่วนเนื้อเมืองด้านหลังอยู่บนภูเขาและพื้นที่ลาดชัน

พื้นที่เมืองเดิม

ในด้านจุดแข็งและโอกาส เมืองภูเก็ตเป็นเมืองพหุวัฒนธรรมและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมชัดเจน มีคุณค่าที่จับต้องได้ อาคาร และศาสนสถานเป็นจำนวนมาก รวมถึงคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ด้านอาหารและวัฒนธรรม ในเชิงที่ตั้งก็สามารถเชื่อมต่อกับหาดป่าตองและหาดอื่น ๆ ที่สำคัญได้ ส่วนในด้านศักยภาพก็ยังมีทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบที่ยังไม่ได้ใช้งาน ส่วนในด้านโครงสร้างพื้นฐานก็มีแนวคิดพัฒนาโครงการรถรางและการพัฒนาเป็น smart city ในขณะที่พื้นที่เมืองเก่าที่มีสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส ก็เริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

แต่พื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ตนั้น เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เต็มประสิทธิภาพ และสัมผัสถึงเอกลักษณ์ของเมือง เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่เชื่อมต่อกับพื้นที่เมืองโดยรอบเมืองเก่าภูเก็ตไม่ได้รองรับเศรษฐกิจของเมืองเหมือนในอดีตซึ่งเกิดจากที่อยู่อาศัยใหม่ที่เกาะตัวอยู่บริเวณชานเมือง และพึ่งพาพาณิชย์กรรมใหม่

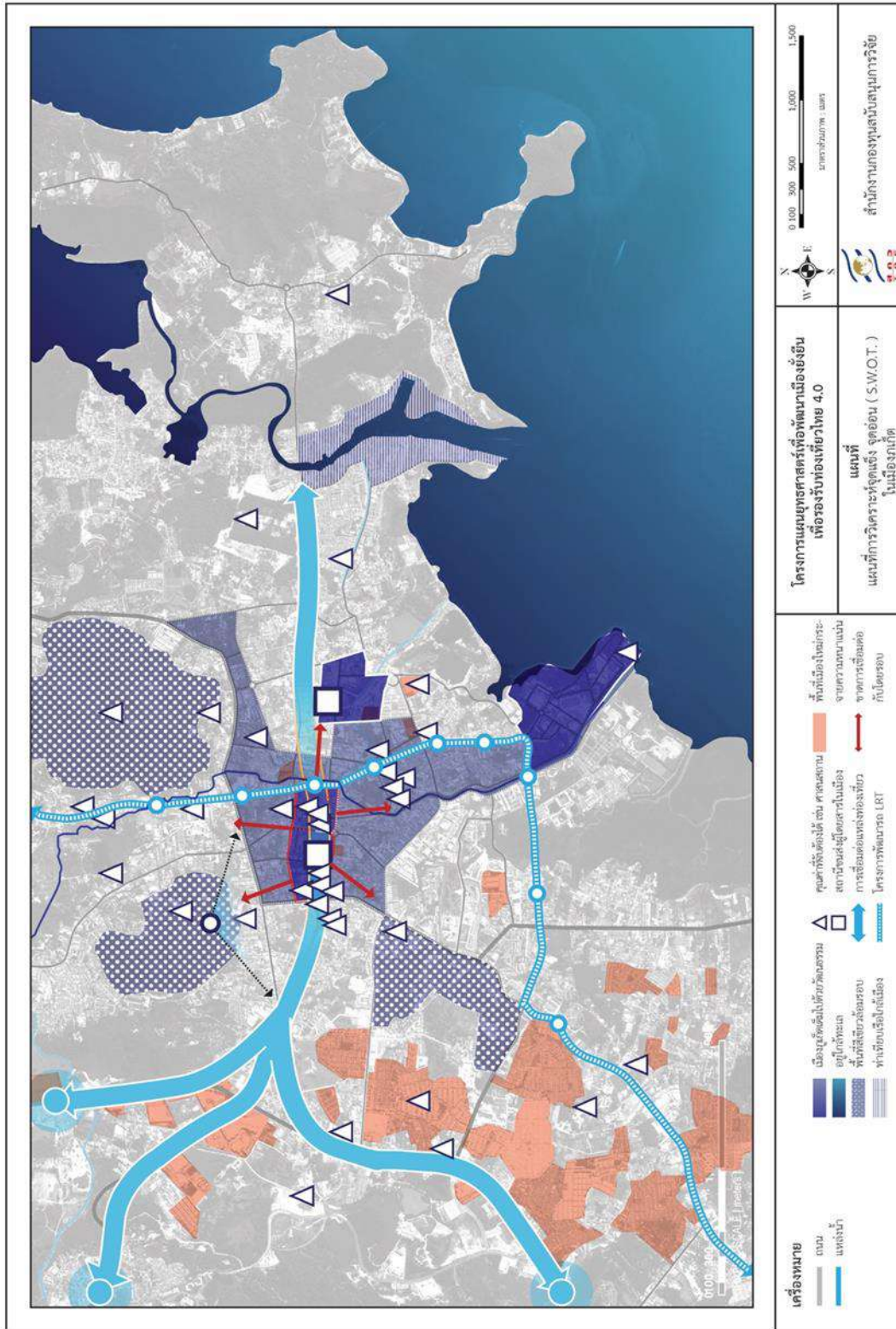
การวิเคราะห์ SWOT เมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยว

จุดแข็งและโอกาส

- เมืองภูเก็ตเป็นเมืองพหุวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมชัดเจน
- มีคุณค่าที่จับต้องได้ อาคารเก่าแก่อันเป็นเอกลักษณ์และศาสนสถานเป็นจำนวนมาก
- มีคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ ด้านอาหาร วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชาวภูเก็ต
- มีทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบที่ยังไม่ได้ใช้งานเต็มศักยภาพ เช่น เขาไร่ เขาโต๊ะแซะ เกาะสิเหร่
โครงการพัฒนา LRT Smart Bus และการพัฒนาเป็น Phuket Smart City
- สามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่โดยรอบจังหวัดภูเก็ตได้สะดวก โดยเฉพาะหาดป่าตอง

จุดอ่อนและอุปสรรค

- เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่ได้รับการพัฒนาเต็มประสิทธิภาพ และสัมผัสถึงเอกลักษณ์ของเมือง
- เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่เชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบ ด้วยรูปแบบการเดินทาง และตัวเมืองเก่าภูเก็ต ที่แยก
ออกมาจากพื้นที่พัฒนาใหม่ทางฝั่งตะวันตก
- เมืองเก่าภูเก็ต ไม่ได้รองรับเศรษฐกิจของเมืองเหมือนในอดีต ซึ่งเกิดจากที่อยู่อาศัยใหม่ที่เกาะตัวอยู่
บริเวณชานเมืองทางฝั่งตะวันตก และพึ่งพิงพาณิชย์กรรมใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ



แผนภาพที่ 5-27 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (S.W.O.T.) ในเมืองภูเก็ต

ฉากทัศน์ในการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

เมื่อได้วิเคราะห์ SWOT แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยวภูเก็ต ขั้นตอนนี้เริ่มจากการระดมสมองเพื่อหาปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่ออนาคตการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของภูเก็ต หลังจากนั้นจึงนำปัจจัยที่วิเคราะห์ได้ มาแบ่งกลุ่มตามตารางไขว้ตามระดับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (สูง กลาง ต่ำ) และระดับความไม่แน่นอนที่ปัจจัยนั้นจะเกิดขึ้นจริง (สูง กลาง ต่ำ)

ตารางที่ 5-3 ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลกระทบและความไม่แน่นอนของปัจจัยขับเคลื่อน

		ผลกระทบ		
		สูง	กลาง	ต่ำ
ความไม่แน่นอน	สูง	ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์ <ul style="list-style-type: none"> • การเกิดสึนามิครั้งใหญ่กว่าก่อนหน้านี้ • ความไม่มั่นคงด้านการเมือง การก่อการร้าย 	ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์ <ul style="list-style-type: none"> • การติดตั้งและขยายระบบผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล • รถยนต์ไร้คนขับแพร่หลายมากขึ้น • การพัฒนาโรงเรียนการท่องเที่ยวระดับโลกที่ภูเก็ต 	ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้ <ul style="list-style-type: none"> • เปิดคาสิโนได้อย่างถูกกฎหมาย
	กลาง	ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์ <ul style="list-style-type: none"> • นักท่องเที่ยวจากอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว • การใช้แอปพลิเคชันส่งเสริมการสร้างคอนโดและหมู่บ้านเพื่อรับนักท่องเที่ยว • นักลงทุนจีนเข้ามาซื้ออาคาร แล้วเปิดให้นักท่องเที่ยวจีนเข้าพัก • การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกิจกรรม MICE เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับฐานเศรษฐกิจ • การสร้างระบบขนส่งมวลชนที่ดีที่เชื่อมพื้นที่เมืองและชายหาดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน 	ปัจจัยที่ควรกำหนดในแผนยุทธศาสตร์ <ul style="list-style-type: none"> • ฝนตกถี่มากขึ้น และน้ำท่วมฉับพลันเกิดบ่อยมากขึ้น • การสร้างระบบรถไฟรางเบาที่เชื่อมสนามบินกับเมือง • ปัญหาหมอกควันจากประเทศเพื่อนบ้านเกิดบ่อยครั้ง • ธุรกิจเรือสำราญขยายฐานมาภูเก็ต • การเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต • การขาดแคลนแรงงาน • การใช้หุ่นยนต์เข้ามาแทนแรงงานมนุษย์ 	ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้ <ul style="list-style-type: none"> • เปิดร้านสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว
	ต่ำ	ปัจจัยที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์ <ul style="list-style-type: none"> • เที่ยวบินจากเมืองรองในจีนเพิ่มขึ้น • นักท่องเที่ยวจีนเพิ่มมากขึ้น • นักท่องเที่ยวตัดสินใจเองมากขึ้นในการท่องเที่ยว • รถยนต์และจักรยานยนต์มีมากขึ้น รถติดมากขึ้น • น้ำประปาขาดแคลน 	ปัจจัยที่ควรกำหนดในแผนยุทธศาสตร์ <ul style="list-style-type: none"> • สนามบินภูเก็ตแห่งที่ 2 ที่พังงา • การท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ • การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ศิลปะ การป้องกันตัว การวิ่งมาราธอน และไตรกีฬา 	ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตตามตารางข้างต้น คณะผู้ศึกษาได้พัฒนาฉากทัศน์ตามแกนตรรกะของฉากทัศน์ 2 แกนคือ ในกรณีของภูเก็ต แกนของฉากทัศน์แบ่งออกเป็น 2 แกนคือแกนของแนวทางการพัฒนาเมือง ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบครอบคลุมขนาดใหญ่ (Comprehensive, Big & Bold) และแบบที่ละเล็กทีละน้อย (Incremental, Small is beautiful) และแกนของกลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็นแบบเน้นการเพิ่มมูลค่า (value-based, survival of the finest) หรือแบบลดราคา (cost-based, survival of the cheapest) เมื่อนำสองแกนนี้มาไขว้กันแล้ว จึงได้ฉากทัศน์สำหรับเมืองท่องเที่ยวในอนาคต (ประมาณปี พ.ศ. 2575) 4 ภาพด้วยกัน ได้แก่ (1) เมืองติดกับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (Middle-income tourist trap) (2) ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (Tourist dystopia) (3) ไมอามีตะวันออก (Miami of the East) และ (4) ริวีเยราแห่งอันดามัน (The Andaman Riviera)

ตารางที่ 5-4 ตัวอย่างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวภูเก็ต พ.ศ. 2575

รูปแบบการพัฒนาเมือง (Urban intervention approach)

Big and Bold (Comprehensive)

ยุทธศาสตร์การแข่งขัน (S curves) Survival of the cheapest (cost-based strategy)	ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (Tourist Dystopia)	ไมอามีตะวันออก (Miami of the East)	Survival of the quickest (value-based strategy)
	เมืองขยายตัวอย่างรวดเร็วตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น มีการสร้างอาคารตึกกรมบ้านช่องมากขึ้นทั่วเกาะ หาดอื่น ๆ ก็ดูเหมือนป่าตอง แต่หนาแน่นมากขึ้นมีการสร้างรถไฟฟ้ารางเบา แต่จำนวนรถยนต์ รถทัวร์ รถตู้ และจักรยานยนต์ก็ยังคงเยอะอยู่ดี บริการพื้นฐานสร้างเท่าไรก็ไม่พอน้ำประปาขาดแคลน ต้องแย่งกันซื้อ	เมืองท่องเที่ยวชั้นนำที่เทียบเท่าได้กับเมืองไมอามีในสหรัฐอเมริกา ที่มีอาคารสูงริมทะเลอยู่เต็มทุกที่ มีศูนย์ประชุมที่ทันสมัย เน้นการเดินทางด้วยรถยนต์ แต่ก็มีระบบรถไฟฟ้ารางเบา และการใช้แอปพลิเคชันในการเดินทางทำให้สะดวกมากขึ้น มีการสร้างสวนสนุกขนาดใหญ่เทียบได้ในระดับโลก	
	กับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (Middle-Income Tourist Trap)	ริวีเยราแห่งอันดามัน (The Andaman Riviera)	
	ภูเก็ตก็ยังคงเป็นนิยมของนักท่องเที่ยวอยู่ แต่ก็ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนด้านโครงสร้างพื้นฐานและภาพลักษณ์ของเมือง นักท่องเที่ยวหลักคือมาจากจีน อินเดียและกรุ๊ปทัวร์ ที่ใช้ภูเก็ตเป็นฐานในการเที่ยวเกาะอื่น ๆ	เมืองท่องเที่ยวชั้นนำเทียบกับเมืองคานส์ เฟรนช์ริวีเยราในฝรั่งเศส กิจกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจสร้างสรรค์ไปได้ดี มีร้านขายของและบูติกขนาดไม่ใหญ่มาก นอกจากเป็นเมืองท่องเที่ยวที่จุดขายคือทะเล หาดทรายและแสงแดดแล้ว ยังมีกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์ อาหารชั้นดี และพื้นที่เมืองที่น่าอยู่ น่าเที่ยว น่าเดิน น่าปั่นจักรยาน ในย่านต่าง ๆ ของเมือง	
Small is beautiful (Incremental)			

จากฉากทัศน์ของปีพ.ศ. 2575 ในตารางข้างบน คณะผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างเหตุการณ์ นวัตกรรมหรือนโยบายที่เกิดระหว่างช่วงปีพ.ศ. 2562 ถึงพ.ศ. 2575 เพื่อเป็นฐานคิดสำหรับการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองต่อไป ตัวอย่างเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละฉากทัศน์ มีดังต่อไปนี้

ฉากทัศน์ - กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (Middle-Income Tourist Trap)

2562

- นักท่องเที่ยวจีนเริ่มกลับมาบ้าง แม้ว่าเศรษฐกิจจีนได้ชะลอตัวลง แต่คนที่เคยมาแล้ว ไม่กลับมาอีก แต่ไปเที่ยวประเทศอื่น ๆ แทน นักท่องเที่ยวที่มาใหม่จึงไม่ได้เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่าเดิม นักท่องเที่ยวจีนแบบกลุ่มทัวร์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวฝรั่ง ญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวจีนที่มีรายได้สูงเลือกที่จะไม่มาเที่ยวภูเก็ต
- AirBnB และการใช้แอปพลิเคชัน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าพักคอนโดและหมู่บ้านจัดสรรมากยิ่งขึ้น บางคอนโดสร้างขึ้นมาเพื่อลงทุนรับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

2565

- นักท่องเที่ยวจีนบินไปเที่ยวออสเตรเลียมากยิ่งขึ้น เพราะมีเที่ยวบินบินตรงมากขึ้น นักท่องเที่ยวจากอินเดีย เวียดนาม และเอเชียกลาง มาภูเก็ตเพิ่มมากขึ้น โดยมากเป็นกลุ่ม แต่จำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมไม่เพิ่มขึ้นมาก ด้วยข้อจำกัดของเที่ยวบินที่สนามบินภูเก็ตสามารถรองรับได้
- สนามบินแห่งที่สองยังสร้างไม่เสร็จ และมีท่าทีว่าจะต้องเลื่อนการเปิดออกไปอีก เนื่องจากปัญหาการเวนคืนที่ดิน และการต่อต้านจากประชาชนและกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ระบบขนส่งมวลชนในเมืองภูเก็ตแย่งกว่าเดิม แต่นักท่องเที่ยวหันไปใช้แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่เป็นปกติ จึงพอบรรเทาปัญหาไปได้บ้าง แต่รถก็ติดอยู่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เที่ยวข้ามหาดหรือเข้าในเมือง แต่อยู่ในพื้นที่หาดที่ตนเองพักเป็นหลัก
- ปัญหาการจัดการขยะถึงขั้นวิกฤติมาก ต้องมีการขนไปฝังกลบที่พังงา
- นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวภูเก็ตน้อยมาก เพราะคิดว่าภูเก็ตแพงเกินไปและมีแต่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

2570

- สนามบินแห่งที่สองเพิ่งสร้างเสร็จ
- นักท่องเที่ยวยังคงมาเที่ยวภูเก็ตเหมือนเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวไม่ได้เพิ่มขึ้นมาก ทำให้เที่ยวบินเพิ่มขึ้นไม่ได้ คนไปเที่ยวกระบี่และสมุยมากขึ้น
- กิจกรรมและวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวที่มากูเก็ดยังคงเพื่อมาเที่ยวชายหาดและทะเล

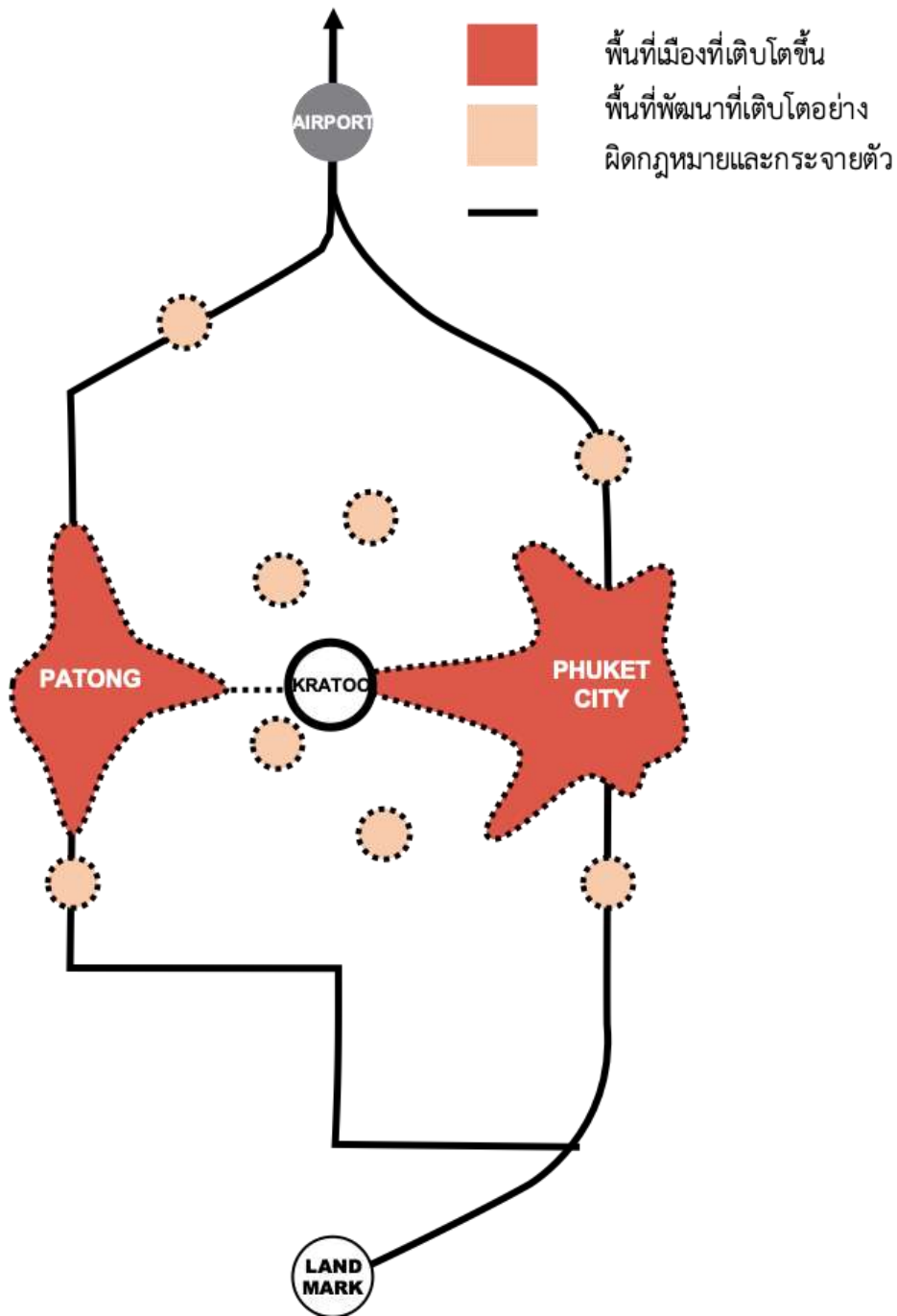
2575

- ภาพเมืองภูเก็ตปีพ.ศ. 2575 ดูแล้วต่างจากภาพในปีพ.ศ. 2560 มากเท่าใดนัก เพียงแต่มีความหนาแน่นมากขึ้น มีโรงแรมสูงมากขึ้นตามพื้นที่เมืองริมหาด รถยนต์และจักรยานยนต์มากขึ้น รถติดมากขึ้น นักท่องเที่ยวรายได้สูงก็มีมาบ้าง แต่เข้าพักในโรงแรมหรูตามหาดส่วนตัวและหุบเขาต่าง ๆ โดยไม่เข้ามาทำกิจกรรมในเมือง ส่วนที่นักท่องเที่ยวที่เหลือน้อยส่วนมาก ซึ่งพักตามโรงแรมขนาดใหญ่ในเมือง เป็นนักท่องเที่ยวรายได้ระดับปานกลาง



แผนภาพที่ 5-28 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”

สภาพการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้นในฉากทัศน์นี้คือ เมืองภูเก็ตและป่าตองขยายตัวอย่างไร้แนวทาง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น มีการรุกร้าเข้าไปในพื้นที่ป่าอย่างผิดกฎหมายเพื่อตอบสนองธุรกิจที่พัก ส่งผลให้ระบบนิเวศเสียหาย อีกทั้งมีการเติบโตของพื้นที่เมืองใหม่ขนาดเล็กกระจายตัวอย่างไร้ทิศทางทั่วจังหวัด



แผนภาพที่ 5-29 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”

ดิสตอเปียการท่องเที่ยว (Tourist Distopia)

2562

- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนลดลง เนื่องจากนโยบายการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกา นักท่องเที่ยวจีนระดับปานกลางออกเที่ยวต่างประเทศน้อยลง ผู้ประกอบการไทยจึงต้องลดต้นทุนราคา
- นักท่องเที่ยวจีนที่พอจ่ายได้แต่ขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัย หันไปเที่ยวประเทศอื่นแทน
- ปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้ในโรงแรมยิ่งรุนแรงมากขึ้น

2565

- ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยิ่งชัดเจนมากขึ้น ฝนตกหนักและถี่มากขึ้น และเกิดน้ำท่วมฉับพลันบ่อยมากขึ้น โรงแรมหลายแห่งที่สร้างในพื้นที่ลาดชัน ได้รับความเสียหายจากโคลนถล่ม
- รัฐบาลออกนโยบายเข้มงวดเกี่ยวกับการถือครองที่ดินและคอนโดมิเนียม ทำให้การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการปล่อยเช่าระยะสั้นเป็นไปได้ยากขึ้น
- ทุนจีนมาลงทุนสร้างโรงแรมขนาดใหญ่จำนวนมากหลายแห่ง ในชายหาดที่แต่เดิมไม่ได้เป็นที่นิยมมาก แต่ก็มีการสร้างโรงแรมมากขึ้นได้ เพื่อรองรับทัวร์จีน หลายแห่งไม่ได้เป็นโรงแรม แต่เป็นคอนโดมิเนียมที่สร้างขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะ ซึ่งนักลงทุนก็เป็นคนจีน และซื้อของที่ร้านของคนจีน
- สนามบินใหม่ที่พังงาต้องยกเลิกไปด้วยหลายเหตุผล หนึ่งในนั้นคือการต่อต้านจากประชาชนในพื้นที่และด้วยเหตุผลด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- การทะเลาะเบาะแว้งระหว่างผู้ประกอบการสองแควกับคนขับรถที่ใช้แอปพลิเคชันเรียกรถเกิดขึ้นทุกวันและทุกที่ จนกลายเป็นเรื่องปกติของเมือง

2570

- เกิดสึนามิครั้งใหญ่กว่าเมื่อปีพ.ศ. 2547 แม้มีระบบเตือนภัยอยู่บ้าง แต่ไม่ได้มีการเตรียมตัวรับมือกับการเหตุการณ์ การฟื้นตัวแม้ค่อนข้างเร็ว แต่ก็ทำให้พื้นที่ริมหาด กลายเป็นตึกสูงเสียเป็นส่วนใหญ่
- ภูเก็ตเป็นเมืองแรกในประเทศไทยที่เกิดให้มีร้านสุขภาพได้อย่างถูกกฎหมาย ให้เฉพาะนักท่องเที่ยวเข้าได้ แต่ก็พบการลักลอบเอาออกมาขายตามบาร์และร้านอาหารทั่วไป
- สภาพการจราจรในภูเก็ตแย่มาก แม้กระทั่งช่วงนอกเทศกาล ต้องใช้เวลานานเกินกว่าหนึ่งชั่วโมงครึ่งในการเดินทางจากสนามบินไปยังหาดป่าตอง
- อุบัติเหตุทางถนนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจักรยานยนต์ที่นักท่องเที่ยวเช่าซื้ออย่างผิดกฎหมาย

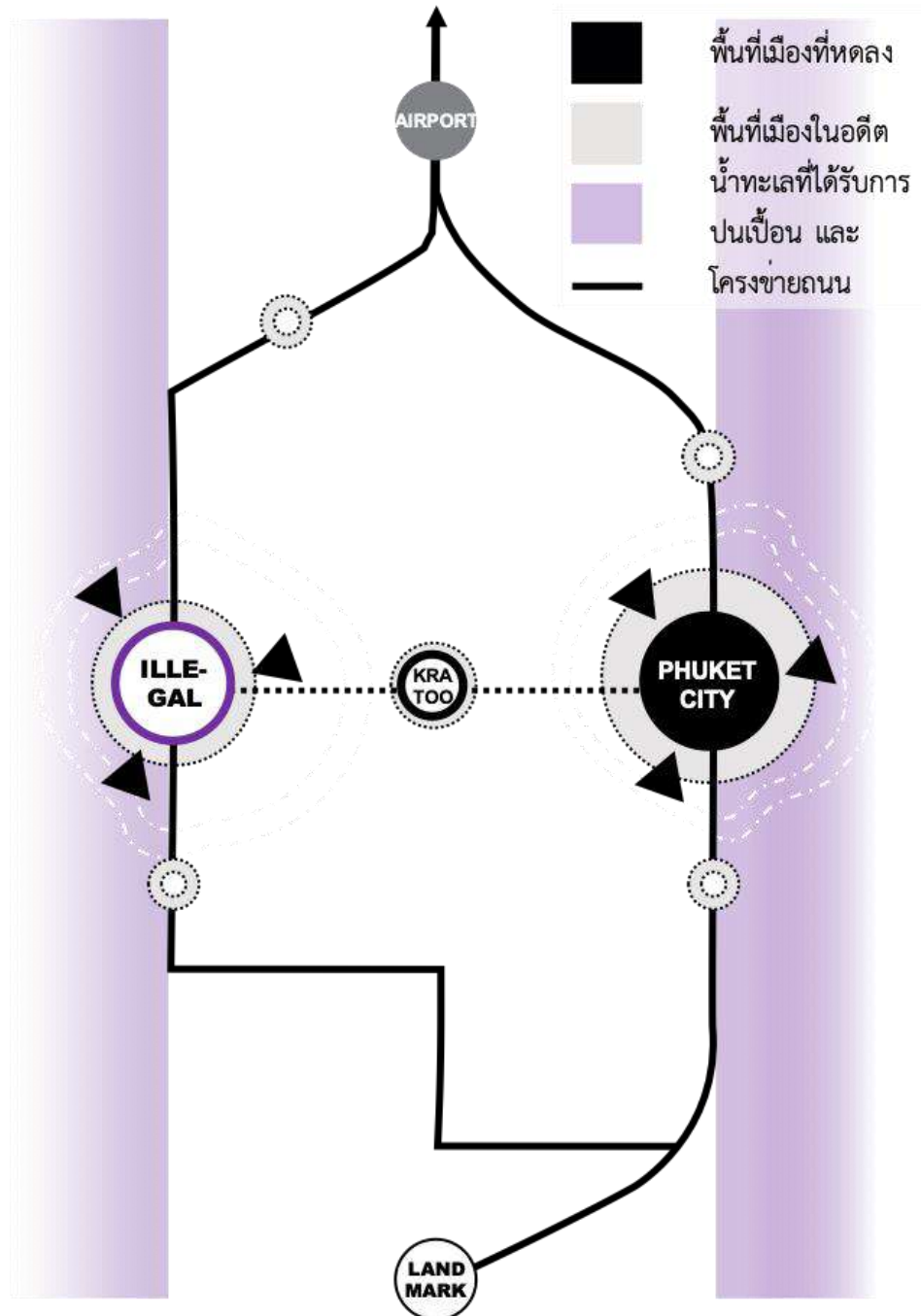
2575

- ภูเก็ตเปิดคาสิโนอย่างถูกกฎหมายเป็นแห่งที่สองในประเทศไทยต่อจากพัทยา
- หาดอื่น ๆ มีการพัฒนาอย่างเต็มที่ เนื่องจากหาดป่าตองไม่สามารถขยายได้อีก มีการเปิดโรงแรมขนาดใหญ่ติดชายหาด และมีห้างสรรพสินค้าขนาดกลางในพื้นที่เมืองใกล้ชายหาดอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นหาดกะตะ กะรน ทำให้พื้นที่หาดอื่น ๆ มีสภาพไม่แตกต่างจากพื้นที่เมืองในหาดป่าตองในปีพ.ศ. 2560



แผนภาพที่ 5-30 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ดิสโทเปียการท่องเที่ยว”

สภาพการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้นในฉากทัศน์นี้คือ จากการขยายตัวของเมืองภูเก็ตและป่าตองอย่างไร้การวางแผนส่งผลให้ระบบนิเวศเสียหาย ชายหาดและปะการัง ไม่มีความสวยงาม ทำให้ภูเก็ตไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดอีกต่อไป ทำให้เมืองหดเล็กลงตามจำนวนนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่ลดลง เกิดการขายอาคารและที่ดิน เหลือเพียงธุรกิจผิดกฎหมายในพื้นที่



แผนภาพที่ 5-31 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ดิสโทเปียการท่องเที่ยว”

ฉากทัศน์ - ไมอามีแห่งตะวันออก (Miami of the East)

2562

- เศรษฐกิจจีนชะลอการเติบโต แม้ว่านักท่องเที่ยวจีนโดยรวมไม่เพิ่มขึ้นมาก แต่กลุ่มที่แต่เดิมมุ่งไปเที่ยวยุโรปเริ่มหันมาเที่ยวประเทศไทยแทน เนื่องจากถูกกว่าและใกล้กว่า
- ภาครัฐและผู้ประกอบการเอกสารสามารถหาพื้นที่ เพื่อสร้างพื้นที่รองรับน้ำได้จากชุมเมืองที่มีอยู่ และพัฒนาต่อให้เป็นแหล่งนันทนาการ ทั้งของคนในเมืองและของนักท่องเที่ยวได้แบบเน้นความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม
- คนมาเที่ยวหลากหลายมากขึ้น ไม่ได้อยู่เฉพาะแคในโรงแรม แต่ไปเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ ของเมืองมากขึ้น

2565

- เศรษฐกิจจีนฟื้นตัว เศรษฐกิจอินเดียโตเต็มที่ เวียดนามมีอัตราการเติบโตสูงสุดในอาเซียน จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
- พัฒนาเมืองเก่าไปพร้อมกับพัฒนาเมืองใหม่บริเวณสะพานหินให้เป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวแบบ MICE
- พัฒนาพื้นที่รอบชุมเมืองให้เป็นแหล่งกักเก็บน้ำ สวนสาธารณะซึ่งเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับคนเมือง สวนสัตว์ และสำหรับการเล่นกีฬาทางน้ำแบบวอเตอร์เคเบิลสกี
- การกระจายอำนาจในการบริหารจัดการเมืองให้กับท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น
- มีการตั้งกองทุนอนุรักษ์และฟื้นฟูเมือง เทศบาลในเมืองภูเก็ตร่วมกันออกพันธบัตรเทศบาล (municipality bonds) ในการระดมทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเมือง

2570

- โครงการพัฒนาฟื้นฟูเมืองใหม่บริเวณพื้นที่สะพานหินเริ่มเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น เริ่มมีการจัดประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ได้ พร้อมกันนี้ก็มีการพัฒนาพื้นที่ตอนเหนือของเกาะ หลักจากที่ได้เปิดสนามบินแห่งที่สองที่พังงาแล้ว
- ภูเก็ตเป็นเจ้าภาพจัดงานแข่งขันชกมวยและศิลปะการต่อสู้ระดับโลก ซอยตาเอียดและพื้นที่ใกล้เคียงได้รับการพัฒนาให้เป็นศูนย์รวมของกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้ที่มีชื่อเสียงระดับโลก
- เมืองเก่าภูเก็ตเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวไทยกลุ่ม millennial ไม่แพ้ย่านนิมมานที่เชียงใหม่
- รัฐบาลไทยอนุญาตให้เปิดคาสิโนอย่างถูกกฎหมายในภูเก็ตได้
- สวนสนุกแห่งใหม่เปิดในภูเก็ต กลายเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีก

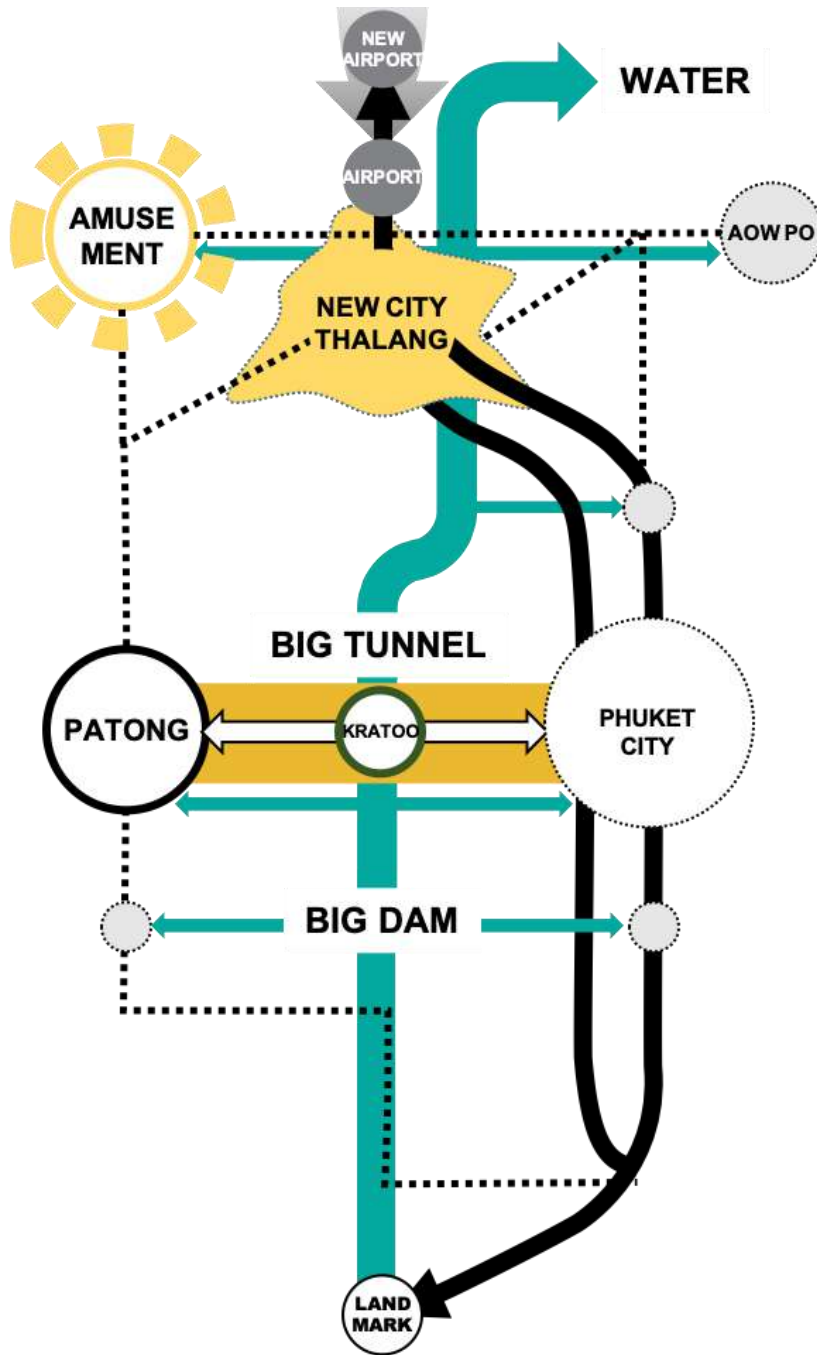
2575

- ภาพเมืองภูเก็ตมองจากทะเลดูเหมือนคล้ายกับไมอามีในสหรัฐอเมริกา มีตึกสูงเป็นโรงแรมและคอนโดเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะมีการสร้างระบบรถไฟฟ้า แต่นักท่องเที่ยวและคนในเมืองโดยมากยังคงเดินทางโดยรถยนต์เป็นหลัก แม้ว่าจะได้เปลี่ยนแปลงรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นแล้วก็ตาม
- เศรษฐกิจของเมืองมีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่าจะยังพึ่งการท่องเที่ยวเป็นหลักก็ตาม แต่ก็มีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้เมืองมีความคึกคักอยู่ตลอดเวลา



แผนภาพที่ 5-32 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉาบททัศน์ “ไมอามีแห่งตะวันออก”

สภาพการพัฒนาเมืองในฉากทัศน์นี้คือ จังหวัดภูเก็ตเติบโตอย่างมาก โดยรองรับการประชุมและการท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยเฉพาะพื้นที่เมืองกลาง เพื่อรองรับท่าอากาศยานภูเก็ตแห่งที่ 2 จึงจำเป็นต้องตัดถนนเส้นหลักและเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจร และการทำเขื่อนเพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนน้ำ ส่วนปัญหาการเชื่อมต่อระหว่างหาดและเมืองแก้ไขด้วยระบบอุโมงค์ลอดใต้ภูเขา เพื่อลดอุบัติเหตุและรองรับรถขนาดใหญ่



แผนภาพที่ 5-33 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ไม้อามีแห่งตะวันออก”

ฉากทัศน์ - ริเวียร่าแห่งอันตามัน (The French Riviera)

2562

- นักท่องเที่ยวแบบ FIT และ SoLoMo (Social, Local, Mobile) เริ่มเที่ยวในย่านเมืองเก่าของเมืองภูเก็ตมากกว่าอยู่เพียงแคในโรงแรมตามชายหาด บางคนใช้จักรยานยนต์ แต่โดยมากพยายามใช้ขนส่งมวลชนมากขึ้น การใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจึงมีอยู่ทั่วไป แม้ว่าจะมีการทะเลาะกันบ่อยครั้งระหว่างรถสองแถวและแท็กซี่ท้องถิ่นกับรถที่เรียกโดยแอปพลิเคชันบ้าง แต่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเห็นถึงความจำเป็นของการใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น จึงพยายามรณรงค์ให้ปลดล็อกกฎหมาย
- จังหวัดภูเก็ตได้กำหนดมาตรการให้ลดการใช้พลาสติกอย่างจริงจัง ๆ จัง ๆ ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป ร้านขายกาแฟ และน้ำดื่มลดราคาให้กับลูกค้าที่เอากระติกหรือขวดของตนเองมาซื้อน้ำ
- เทศบาลนครภูเก็ตได้ออกเทศบัญญัติควบคุมความสูงอาคารภายในพื้นที่อนุรักษ์ พร้อมตั้งกองทุนสนับสนุนการฟื้นฟูเมืองและอนุรักษ์สถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่า โรงแรมขนาดเล็กแบบบูติคได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยว

2565

- มีความพยายามในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้นในภูเก็ตที่มากกว่าการท่องเที่ยวแบบ Sea, Sand, Sun
- เริ่มมีการจัดงานศิลปะ เทศกาลอาหารนานาชาติ และการจัดประชุมมากขึ้น
- แต่ความสามารถในการรองรับผู้มาเยือนก็ยังไม่ได้มากนัก และสนามบินแห่งที่สองยังเพิ่งเริ่มสร้าง
- ระบบขนส่งมวลชนเริ่มดีขึ้น รถไฟรางเบาเริ่มเห็นเป็นรูปเป็นร่าง เริ่มมีการพัฒนาย่านรอบสถานี มีการจัดระบบการเดินทางขนส่งมวลชนภายในเมืองใหม่ รถสองแถวปรับมาใช้เป็นพลังงานไฟฟ้ามากขึ้น เป็นเรื่องปกติที่จะเรียกสองแถวและรถยนต์ส่วนตัวได้ด้วยแอปพลิเคชันบนมือถือ ในขณะที่เดียวกันรถจักรยานยนต์ก็ได้เปลี่ยนมาเป็นเครื่องยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น
- นักท่องเที่ยวใช้จักรยานในพื้นที่เมืองมากขึ้น บริษัท dockless bike sharing ของจีนเข้ามาเปิดให้บริการในเมืองภูเก็ต นักท่องเที่ยวใช้แอปพลิเคชันเรียกรถผ่านทางมือถือมากขึ้น
- เริ่มมีการจัดเทศกาล Phuket Art Biennale เป็นประจำทุก 2 ปี
- รัฐบาลออกกฎหมายเก็บเงินค่าถุงพลาสติก เทศบาลออกเทศบัญญัติจัดเก็บค่าถุงพลาสติก
- การจัดตั้งวิทยาลัยการโรงแรมแห่งเอเชีย ด้วยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

2570

- กิจกรรม MICE เกิดขึ้นในโรงแรมและศูนย์ประชุมเล็ก ๆ แต่ไม่ได้เป็นการประชุมขนาดใหญ่ เพราะไม่มีการสร้างศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ มีแต่ขนาดกลางที่กระจายตัวไปตามพื้นที่ต่าง ๆ ของเมือง
- พื้นที่ชายหาดส่วนใหญ่มีกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น มากกว่าการไปเที่ยวตากอากาศแบบ Sea Sand Sun แทบทุกหาด ยกเว้นป่าตอง มีการควบคุมความสูงอาคาร เพื่อให้คงบรรยากาศเมืองท่องเที่ยวที่ไม่วุ่นวายมากเกินไป
- เทศกาลภาพยนตร์ Phuket Film Festival ได้รับความนิยม มีผู้กำกับและดาราชื่อดังระดับโลกมาร่วมงานเป็นประจำ

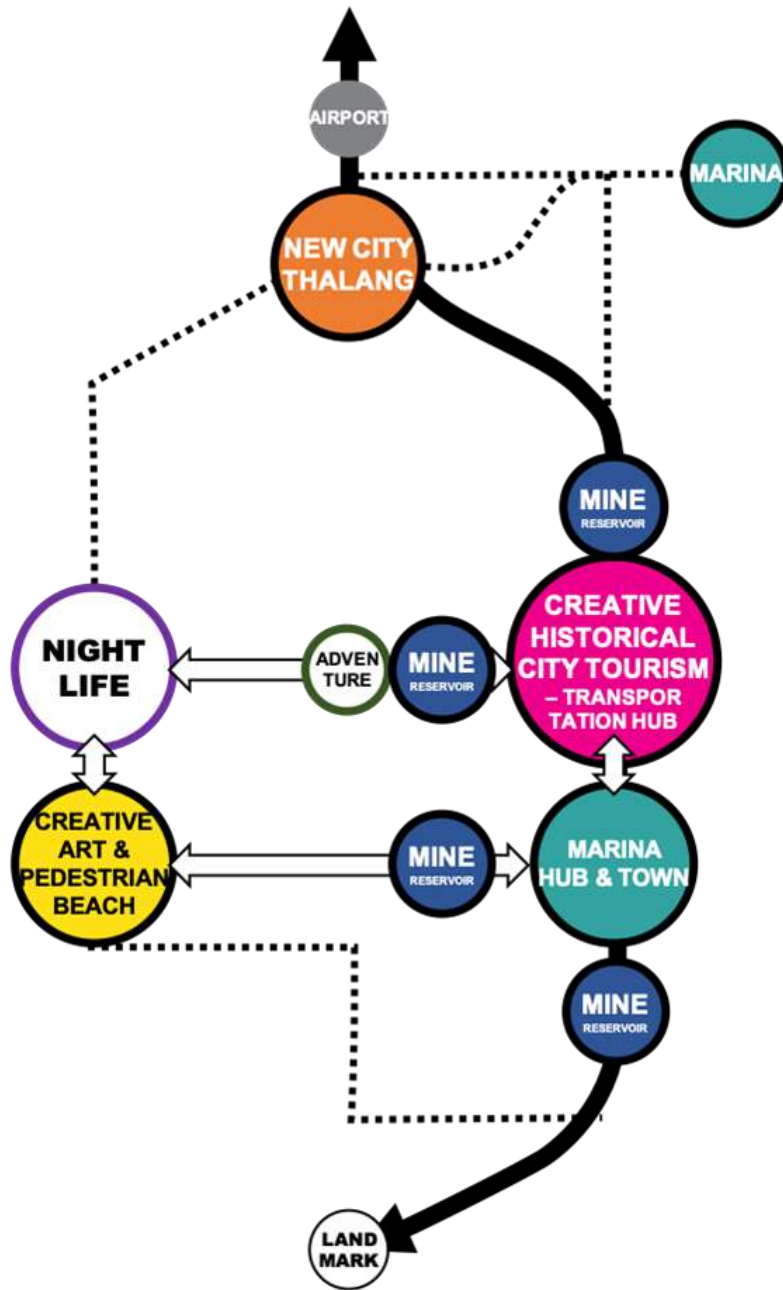
2575

- นักท่องเที่ยวรายได้สูงก็ยังคงมีมาเที่ยวภูเก็ต ซึ่งโดยมากก็พักอยู่ในโรงแรมราคาแพงริมหาดส่วนตัวหรือบนชายเขาริมทะเล มีกิจกรรมด้านศิลปะ การสร้างสรรค์ ดนตรีและการกินอาหารราคาแพง ส่วนใหญ่จัดในโรงแรมหรู แต่ก็เริ่มมีการเข้ามากินข้าวในร้านอาหารระดับมิชลินในเมืองมากขึ้น



แผนภาพที่ 5-34 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “รีเวียร่าแห่งอันดามัน”

สภาพการพัฒนาเมืองในฉากทัศน์นี้คือ จังหวัดภูเก็ตมีการเติบโตอย่างมีทิศทาง โดยเน้นการพัฒนาเมืองเดิมที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจและศูนย์กลางการเดินทางของจังหวัด อีกทั้งยังมีการพัฒนาหาดและท่าเรือที่มีบทบาทแตกต่างกันไป เพื่อสร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ชุมชนเมืองได้รับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยรอบ และพัฒนาเพื่อบำบัดน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค



แผนภาพที่ 5-35 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “รีเวียร่าแห่งอันดามัน”