

บทคัดย่อ

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

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

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

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

ข้อค้นพบหลักของงานวิจัยนี้มีดังนี้

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

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

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

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

สำหรับจังหวัดภูเก็ต คณะผู้ศึกษาเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น การพัฒนาและออกแบบชุมชนเมือง และการรักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

สำหรับเมืองแม่สาย ผู้วิจัยแสดงตัวอย่างการเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย การสร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม ส่วนเมืองเชียงของ เสนอให้เชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง อนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ และพัฒนาพื้นที่ใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต ไปพร้อมกับการจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

สำหรับเมืองพัทลุง คณะผู้วิจัยเสนอตัวอย่างการสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน การเสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ มีดังต่อไปนี้

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

Abstract

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

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

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

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

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

The main findings of this research are as follows:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

We also suggest the following national strategies:

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

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