รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2

แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0:

กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง

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

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ

คมกริช ธนะเพทย์

ภายใต้แผนงานวิจัย

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0

สิงหาคม 2562

สัญญาเลขที่ TRP61T0301

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2
แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0: กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง

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

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ
คมกริช ธนะเพทย์

ภายใต้แผนงานวิจัย
แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0
The Strategic Plan for Sustainable Tourism Hubs for Thailand 4.0

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของไทยในปัจจุบัน และคาดว่าจะเพิ่มความสำคัญขึ้นไปอีก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน รวมถึงผลกระทบต่อชุมชน จากที่ประชากรโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และชนชั้นกลางมีรายได้เหลือสำหรับการพักผ่อนมากขึ้น ประกอบกับการขยายเครือข่ายสายการบินราคาถูกและการลดอุปสรรคด้านกฎระเบียบในการเดินทาง จึงคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะจากประเทศจีน ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องปรับตัวอยู่ตลอด เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวมักเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น คนรุ่นใหม่ท่องเที่ยวด้วยตนเองและเน้นประสบการณ์มากขึ้น รวมถึงการใช้เครื่องมือสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมพื้นที่กว้างกว่าเดิมและเกิดขึ้นได้แทบทุกพื้นที่ ตราบใดที่มีความสะดวก สะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

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

วัตถุประสงค์

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

วิธีการวิจัย

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

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

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบและบทเรียนหลักที่ได้จากการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและทดลองดำเนินกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว สรุปโดยคร่าวได้ดังนี้

ความท้าทายหลัก : กับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของไทยไม่ว่าจะเป็นภูเก็ตหรือเชียงใหม่ ถือว่าอยู่ในสภาพติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มมูลค่าได้มากจากการท่องเที่ยวดังเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของโลก แม้ว่าในบางพื้นที่จะมีโรงแรมและร้านอาหารระดับหลายดาวที่มีคนมีชื่อเสียงระดับโลกมาพักบ้าง แต่โดยทั่วไปก็ยังเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มูลค่าไม่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวในระดับโลก ส่วนในด้านขีดความสามารถในการรองรับ เป็นที่ชัดเจนว่า โครงสร้างพื้นฐานเมืองยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ดีพอ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีอื่นที่เอื้อต่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ก็ยังไม่นำสมัยมาก ส่วนในด้านเอกลักษณ์ พื้นที่ในเมืองหลายแห่งประสบปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม รวมไปถึงวัฒนธรรมและความเป็นชุมชนที่มีมาแต่เดิม จนไม่เหลือเอกลักษณ์ของเมืองเดิม ดังนั้น การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไทยให้เข้าสู่ระดับชั้นนำของโลกจำเป็นต้องปรับองค์ประกอบทุกส่วนให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

ขณะเดียวกัน เมืองรองบางแห่งที่มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว เช่น แม่สายและพัทลุง ยังไม่ได้พัฒนาพื้นที่เมืองให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนนโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอยู่มักเน้นไปที่

กิจกรรมการจัดงานเป็นครั้งคราวไป อาจมีการออกแบบพื้นที่สาธารณะบ้าง แต่ไม่ไปไกลถึงการออกแบบและปรับเปลี่ยนสภาพกายภาพของเมืองเพื่อพัฒนาและรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

ประเด็นยุทธศาสตร์ : ความสามารถในการรองรับ อัตลักษณ์เมือง การกระจายภาระและผลประโยชน์

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

1. ขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวพัฒนาไม่ทันความต้องการ

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

2. อัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวไม่ได้รับการรักษาหรือเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น

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

3. ผลประโยชน์กับภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเป็นธรรม

ความท้าทายสำคัญอีกประการหนึ่งคือการจัดสรรและประสานทั้งประโยชน์และภาระที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมือง ผู้อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำเกือบทุกแห่งกำลังประสบปัญหาด้านราคาที่ดินและที่อยู่อาศัย อันเนื่องมาจากการพัฒนาที่ดินเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้น

มากจนคนในเมืองไม่สามารถจ่ายได้และต้องย้ายไปอยู่ที่ห่างไกลออกไปจากแหล่งงาน นำไปสู่ปัญหาด้านการสัญจรเดินทาง โดยเฉพาะปัญหาการขาดระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและการจราจรติดขัด รวมไปถึงแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเข้าไปในอาคารที่อยู่อาศัยและย่านชุมชนเดิม ทั้งที่พักค้างและสถานประกอบการที่รองรับนักท่องเที่ยว จนทำให้เกิดปัญหากับชุมชน โดยเฉพาะความขัดแย้งระหว่างผู้ได้ประโยชน์กับผู้ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวภายในพื้นที่

แม้ว่าปัญหาทั้งสามด้านเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำเช่นภูเก็ตและเชียงใหม่ แต่ก็เริ่มเห็นเค้าของปัญหาดังกล่าวในเมืองท่องเที่ยวระดับรองมา ทั้งแม่สาย เชียงของ และลำปาง ซึ่งมีปัญหาขีดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การจราจรติดขัดและการขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี และปัญหาขยะมูลฝอย โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เมืองต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าปกติ เช่น กรณีเมืองเชียงของที่ต้องรับนักท่องเที่ยวจีนที่ขับรถลงมา นอกจากนี้ เมืองระดับรองก็ยังขาดการออกแบบเมืองและกิจกรรมที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะพักหรือค้างแรมในเมืองมากกว่าเดิม ดังในกรณีของพัทลุงและแม่สาย

อนาคตของเมืองรองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว

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

ข้อจำกัดในการมองอนาคตและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน

ในภาพรวม แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีนโยบาย แผนงาน และโครงการในการจัดการเมืองเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยวบ้าง แต่แทบทุกพื้นที่ไม่ได้มีการวางแผนระยะยาวที่มาจากการวิเคราะห์ภาพอนาคตของการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แม้ว่าแทบทุกแห่งมีการระบุวิสัยทัศน์ แต่ก็มักเป็นแนวคิดที่มาจากวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาในปัจจุบัน ไม่ได้มองภาพการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเท่าใด อีกทั้งยังไม่มีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองที่นำมาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาและออกแบบเมือง ส่วนเครื่องมือที่ใช้การวางผังเมืองก็มักเน้นเรื่องการควบคุมโดยผ่านการวางผังเมืองรวมเป็นหลัก และมักไม่นำไปสู่การพัฒนาระดับย่านที่มีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ในบางพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและนักธุรกิจในพื้นที่ ก็เห็นถึงความพยายามในการนำเอาปัจจัยด้านการพัฒนาเมืองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการท่องเที่ยว แต่ก็อาจยังจำกัดอยู่ในรูปแบบของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว และยังไม่มีการวางแผน

เชิงพื้นที่อย่างชัดเจนเท่าใดนัก โดยเฉพาะการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในระดับย่าน แม้ว่าเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งได้ออกแบบพื้นที่สาธารณะและเส้นทางท่องเที่ยวด้วยการเดินและจักรยาน แต่ยังไม่ได้สร้างความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองในภาพรวมกับการออกแบบพื้นที่สาธารณะเท่าใดนัก

ความท้าทายด้านองค์กรและการสร้างหุ้นส่วนในการบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายสำคัญที่พบในทุกกรณีศึกษาคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการบริหารจัดการเมืองของตนเอง สาเหตุหนึ่งคือ นโยบาย กรอบกฎหมายและแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานส่วนกลางที่ไม่เกื้อหนุนให้หน่วยงานท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการเมืองของตนเองได้อย่างเต็มที่ ในหลายกรณี นโยบายส่วนกลางและส่วนภูมิภาคขัดกับนโยบายและความต้องการของท้องถิ่น อีกสาเหตุหนึ่งที่เกี่ยวเนื่องกันคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีขีดจำกัดในความสามารถด้านการวางแผนและบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายดังกล่าวผูกโยงกับเรื่องบทบาทของหน่วยงานส่วนภูมิภาคในการบริหารจัดการภายในท้องถิ่น ข้อสังเกตหนึ่งจากการศึกษานี้คือ ทิศทางและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองขนาดเล็กมักกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างยืดหยุ่นและสะท้อนความต้องการของพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ และต้องพึ่งหน่วยงานส่วนกลางมาก นโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองในหลายพื้นที่มักขับเคลื่อนโดยผู้ว่าราชการหรือนายอำเภอ แม้ว่าในหลายแง่มุม แนวทางดังกล่าวอาจมีประสิทธิภาพและเหมาะสม แต่มักเกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงนโยบายเมื่อเปลี่ยนผู้บริหารในจังหวัดหรืออำเภอ ทำให้ไม่เกิดการสานต่องานด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองต่อไปได้ ในบางครั้งก็เกิดปัญหาความไม่ลงรอยกันระหว่างผู้บริหารส่วนภูมิภาคกับส่วนท้องถิ่นในด้านนโยบายและแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมือง

ความท้าทายด้านการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์อย่างยิ่งกับบทบาทของภาคเอกชนภายในพื้นที่ เมืองไหนที่ภาคธุรกิจเข้มแข็งและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมือง เมืองนั้นก็จะเกิดการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าผู้บริหารท้องถิ่นในเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กบางแห่งอาจใกล้ชิดกับภาคเอกชนอยู่บ้างก็ตาม แต่ดูเหมือนว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองก็ยังกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็นหลัก ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นกับเมืองท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดใหญ่เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ภายใต้ข้อจำกัดด้านการวางแผนนโยบายแบบรวมศูนย์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการภาคเอกชนทั้งในด้านธุรกิจท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เริ่มแสดงบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเมือง ดังในกรณีของภูเก็ต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอหลักในภาพรวมของงานนี้คือ ความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการพื้นที่เมือง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของ

โครงสร้างพื้นฐานในเมืองให้สะดวก สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และทันสมัย พร้อมกับสร้างความยั่งยืนด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มักได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมระหว่างกลุ่มคน ไปจนถึงการรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองที่เป็นไปตามบริบทที่เหมาะสม ดังนั้น ความเป็นเมืองท่องเที่ยว 4.0 ที่เป็นเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงแค่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย แต่ต้องรวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาเมืองที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองโดยรวม รวมถึงการสร้างแบรนด์ของเมืองที่ได้คนในเมืองได้ร่วมพัฒนาขึ้นมา เพื่อรักษาและสร้างเสริมอัตลักษณ์ของเมืองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน การออกแบบและพัฒนาเมืองจะเป็นการนำสินทรัพย์ (assets) ที่แต่ละเมืองมีอยู่แล้วในด้านภูมิสัณฐานและสิ่งแวดล้อม มาประยุกต์ใช้ต่อให้กลายเป็นทุน (capital) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป

ทั้งนี้ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไม่ได้อยู่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้จากการท่องเที่ยว แต่ต้องรวมไปถึงเป้าหมายที่ว่า เมืองจะใช้การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยขับเคลื่อนในการขยายฐานทางเศรษฐกิจให้กว้างและหลากหลายมากขึ้น มีมูลค่าสูงขึ้น และเป็นธรรมมากขึ้น

หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

งานวิจัยนี้ยึดหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมือง คือ การสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ โดยถือว่าการออกแบบ พัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่เมืองท่องเที่ยวต้องไม่ขัดกับคุณค่าหรือคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้พื้นที่นั้นเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมาเที่ยวอีก รวมทั้งผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวก็ต้องจัดสรรคืนกลับให้กับชุมชนในท้องถิ่นด้วย

หลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่นำเสนอในงานครั้งนี้มี 7 ประการด้วยกัน ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวต้องยั่งยืน (2) มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยว (3) สร้างเสริมประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (4) พัฒนาและออกแบบตามบริบทที่เหมาะสมกับพื้นที่ (5) ยกระดับคุณภาพเมืองให้ดีขึ้นไปอีกทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและคนที่ดำรงชีวิตอยู่ในเมือง (6) มีกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นจนจบ และ (7) เชื่อมโยงองค์ประกอบระดับภาค เมืองและชุมชน

การสรรค์สร้างสถานที่ในการออกแบบย่านท่องเที่ยว

สำหรับการออกแบบเมือง คณะผู้วิจัยเสนอให้ใช้แนวคิดการสรรค์สร้างสถานที่ (placemaking) ซึ่งหมายถึงกระบวนการวางแผน ออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะที่มุ่งปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์ พร้อมกับสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในชุมชนและผู้มาเยี่ยมเยือน ด้วยการออกแบบกายภาพและกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่นั้น ทั้งนี้ แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีความ

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

ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเริ่มเข้าไปพักค้างและเยี่ยมเยือนในพื้นที่ชุมชนที่คนทั่วไปอยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ย่านที่อยู่อาศัยจึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น การออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจึงไม่จำกัดอยู่เพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมแบบเดิม

ข้อเสนอแนะเชิงกระบวนการพัฒนาและออกแบบเมือง

จากการทดลองวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในพื้นที่กรณีศึกษา สามารถสรุปเป็นกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ของเมืองท่องเที่ยว

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

2. การสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยวในอนาคต

การวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยวต้องเป็นมากกว่าการแก้ไขปัญหาที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากหลายปัจจัยอาจมีความไม่แน่นอนสูง แต่มีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวและเมืองในอนาคต นอกจากนี้ การสรรค์สร้างสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ การคาดการณ์และจินตนาการเกี่ยวกับอนาคตเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญ ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอวิธีการสร้างฉากทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปตามประเด็นยุทธศาสตร์ บริบทและเงื่อนไขในแต่ละพื้นที่ ในกรณีภูเก็ต ตรรกะของฉากทัศน์แบ่งออกเป็น 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 จึงได้ฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวในอนาคต 4 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองติดกับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (2) ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (3) ไมอามีตะวันออก และ (4) รีเวียร่าแห่งอันดามัน

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

สำหรับเมืองพัทลุง คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า เป็นเมืองที่กำลังเริ่มเผชิญกับการลดลงด้านประชากรและเศรษฐกิจ เนื่องจากคนหนุ่มสาวย้ายออกและฐานเศรษฐกิจไม่ขยายตัวและมีความหลากหลาย โจทย์การพัฒนาจึงไม่ใช่เพียงแค่ว่า จะพัฒนาเมืองอย่างไรให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่คือจะทำอย่างไรให้การท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยขยายฐานและเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจให้กับเมืองพัทลุง ซึ่งจะทำให้ประชากรไม่ลดต่ำลง จากโจทย์ดังกล่าว จึงใช้กรอบแนวคิดที่แบ่งฉากทัศน์ออกเป็น 3 ฉากคือ ฉากทัศน์ตามแนวโน้มปกติ ฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่แย่ที่สุด และฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่ดีที่สุด ตามกรอบคิดดังกล่าว สามารถสร้างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวพัทลุงได้ 3 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองถูกลืม – ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป (2) เมืองลองแวะ – พักพอหายเหนื่อย และ (3) เมืองต้องรัก – หมุดหมายปลายทาง

3. การพัฒนาแบรนด์เมือง

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

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบว่า เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมากไม่มีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองอย่างจริงจัง และมีน้อยมากที่นำแบรนด์ของเมืองมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาและออกแบบเมือง แม้ว่าบางเมืองอาจดำเนินกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองมาแล้วบ้าง แต่โดยมากยังจำกัดอยู่เพียงแค่การออกแบบโลโก้ คำขวัญ มาสคอต แต่น้อยมากที่ได้ถ่ายแนวคิดของแบรนด์ออกมาในการพัฒนาและออกแบบพื้นที่ในเมือง เท่าที่พบคือมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สาธารณะที่พยายามสะท้อนแบรนด์ของเมืองเป็นหลัก

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอตัวอย่างของการสร้างแบรนด์ของเมือง ในกรณีภูเก็ต องค์ประกอบพื้นฐานของแบรนด์ คือ G-E-M (Gorgeous, Experiential, Memorable) ที่สื่อถึงความเป็นอัญมณีที่ได้รับการเจียระไนให้สวยงามและมีความหลากหลายของสีสันตามมุมมองและความชื่นชอบของแต่ละคน สำหรับแม่สายคือ ประสาน ชาติพันธุ์ ไร้พรมแดน ซึ่งสื่อถึงความเป็นเมืองชายแดนที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ และมีกิจกรรมหลากหลายประเภท มาประสานและสัมฤทธิ์กัน ส่วนเชียงของนั้น องค์ประกอบพื้นฐานของแบรนด์เป็น ริมโขง มิตรภาพ และวัฒนธรรม ในขณะที่พัทลุงมีองค์ประกอบหลักเป็นคุณลักษณะที่ได้จากการสำรวจและรับฟังความเห็นจากคนในพื้นที่ คือ เด็ด ดัง ดำ ซึ่งกลายมาเป็นแบรนด์ “ใต้แท้”

4. การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง

เมื่อได้ฉากทัศน์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง ในกรณีของภูเก็ต คณะวิจัยเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์การฟื้นฟูเมืองเก่าภูเก็ตไปพร้อมกับการพัฒนาพื้นที่สะพานหินขึ้นใหม่เป็นแหล่งการประชุมนานาชาติที่ทันสมัยที่สะท้อนความเป็นไมอามีตะวันออก ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่หาดกะรนให้เป็นชายหาดเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบฉากทัศน์รีเวียร่าแห่งอันดามัน นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้เมืองภูเก็ตกลายเป็นเมืองดิสโทเปียการท่องเที่ยว คณะวิจัยจึงเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาบริเวณขุมเหมืองเพื่อตอบโจทย์ด้านการขาดแคลนน้ำและน้ำท่วมฉับพลัน พร้อมกับการพัฒนาพื้นที่นันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวและคนใช้ชีวิตในเมืองภูเก็ตให้ดียิ่งขึ้นไปพร้อมกัน ยุทธศาสตร์ในส่วนนี้สะท้อนอีกหลักการหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวคือ การประสานประโยชน์ในการใช้พื้นที่ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลายประการและความต้องการของคนหลายกลุ่มไปพร้อมกัน

สำหรับแม่สาย ตัวอย่างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมืองคือ การฟื้นฟู บูรณะและพัฒนาพื้นที่เมืองส่วนที่ติดกับแม่น้ำและพื้นที่ดอย เพื่อให้เกิดย่านของการท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบโจทย์ของฉากทัศน์เมืองแห่งการผจญภัยข้ามพรมแดน รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาไปยังจุดชมวิวต่าง ๆ ที่สามารถเห็นทัศนียภาพทั้งฝั่งไทยและฝั่งพม่า ส่วนเชียงของ ยุทธศาสตร์หลักคือการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ พร้อมกับการเปิดเส้นทางเพื่อการเข้าถึงแม่น้ำจากพื้นที่เมืองเก่าเชียงของ และการสร้างจุดหมายตาที่สะท้อนและรักษาอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองริมแม่น้ำ โขง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับฉากทัศน์การเป็นประตูสู่ไทย ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวทางบกมาจากจีนเป็นจำนวนมาก โดยการเตรียมพื้นที่สำหรับการพัฒนาในอนาคต

สำหรับเมืองพัทลุง เนื่องจากจุดมุ่งหมายหลักคือต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแวะและค้างแรมมากขึ้น ตามฉากทัศน์เมืองลองแวะและเมืองต้องรัก การออกแบบและพัฒนาเมืองจึงเน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาป้ายสัญลักษณ์และจุดหมายตาที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้ขับรถผ่านเลยไป รวมไปถึงการสร้างจุดหมายตาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขาอกทะลุ ไปพร้อมกับการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาเย็นและกลางคืน หรือตอนเช้าตรู่ เพื่อให้เกิดการค้างแรมมากขึ้น

อนึ่ง เมืองท่องเที่ยวในไทยแทบทุกแห่งประสบกับปัญหาด้านการสัญจรภายในเมืองของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่ต้องการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ยุทธศาสตร์หนึ่งที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วนคือ การพัฒนาเมืองที่เกื้อหนุนการใช้ขนส่งมวลชนสาธารณะ พาหนะไร้เครื่องยนต์และการเดิน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางทั้งของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และความยั่งยืนของระบบการขนส่งโดยรวม

5. การออกแบบเมือง

ขั้นตอนสุดท้ายคือการถอดเอายุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองออกมาเป็นการออกแบบความเชื่อมโยงของย่าน การออกแบบพื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงการเอาองค์ประกอบเชิงการออกแบบ เช่น สี เงา รูปทรง ที่สะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของเมืองต่อไป หลักการสำคัญของการออกแบบเมืองในส่วนนี้คือ รูปแบบด้านภายภาพและกิจกรรมที่เพิ่มเติมเข้าไปต้องสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นแบรนด์ของพื้นที่นั้น ๆ

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์จากการถอดบทเรียนในงานศึกษาครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพื้นที่กรณีศึกษา

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

จังหวัดภูเก็ต

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา
- ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น ๆ
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบขุมเหมือง
- ยุทธศาสตร์รักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงราย – เมืองแม่สาย

- ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน
- ยุทธศาสตร์การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย
- ยุทธศาสตร์สร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม

จังหวัดเชียงราย – เมืองเชียงของ

- ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง
- ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวในอนาคต
- ยุทธศาสตร์การจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

จังหวัดพัทลุง

- ยุทธศาสตร์การสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน
- ยุทธศาสตร์เสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา
- ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม
- ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

ในปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และพันธกิจด้านการโยธาธิการและผังเมืองอยู่แล้ว แต่ขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองยังมีอยู่จำกัด นับตั้งแต่ด้านกรอบแนวคิด วิธีการ ไปจนถึงทรัพยากรบุคคลและด้านงบประมาณ รวมไปถึงข้อจำกัดด้านความรู้ด้านการท่องเที่ยวและทักษะในการที่ถ่ายทอดออกมาเป็นแผนและผังการพัฒนาเมือง จึงควรส่งเสริมขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในรูปแบบที่ได้นำเสนอไปในงานศึกษานี้

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

การขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีแรงผลักดันและเกื้อหนุนจากภาคเอกชนในพื้นที่ ทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาอสังริมทรัพย์ และสาขาเศรษฐกิจอื่น จึงควรเปิดโอกาสและสร้างกระบวนการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองร่วมกับกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ส่วนในเมืองขนาดกลางและขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ก็ต้องมีการส่งเสริมธุรกิจด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น ใน

ขณะเดียวกัน ก็ต้องเปิดให้ประชาสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไปพร้อมกัน เพื่อให้แนวทางและผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน และเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง

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

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว

แม้ว่ากระบวนการวางแผนนโยบายในระดับเมืองได้เปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด อีกทั้งกรอบแนวคิดและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมยังเน้นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน การวางแผนเมืองท่องเที่ยวสำหรับอนาคตจำเป็นต้องมองภาพกว้างและไกลกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงควรมีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตของเมืองร่วมกันของคนในเมือง กิจกรรมหนึ่งที่ควรส่งเสริมในยุทธศาสตร์นี้คือ การจัดการประชุมเพื่อคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์แบบมีส่วนร่วมในแต่ละท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจำเป็นต้องมีแบรนด์ของเมืองที่สื่อถึงอัตลักษณ์ทั้งในระดับเมืองและย่าน แต่การพัฒนาแบรนด์ของเมืองที่ผ่านมามักดำเนินการโดยนักวิชาการหรือบริษัทที่ปรึกษาเป็นหลัก จึงไม่ได้รับการยอมรับหรือใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายในเมืองนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายเอาแนวคิดจากแบรนด์มาออกแบบและพัฒนาเมืองต่อ ดังนั้น จึงควรมีกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองหรือบางย่านของเมืองที่เปิดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความรู้เป็นเจ้าของในแบรนด์ที่พัฒนาขึ้นมา และนำไปประยุกต์ใช้ต่อในสายงานของตนเองได้อย่างเต็มที่

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในระดับย่าน

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

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

คอขวดหลักของการดำเนินยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ ข้อจำกัดด้านบุคลากรในประเทศไทยที่มีความรู้และทักษะด้านการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่เข้าใจความท้าทายด้านการท่องเที่ยว ข้อจำกัดดังกล่าวมีทั้งด้านจำนวนและด้านขีดความสามารถของบุคลากร แผนงานหนึ่งที่ควรดำเนินการในยุทธศาสตร์นี้คือการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะเบื้องต้นกับเจ้าหน้าที่ด้านโยธาหรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้องในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกแผนงานหนึ่งคือการส่งเสริมงานวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันอาจยังไม่ลงรายละเอียดในระดับย่านได้ละเอียดมากพอที่จะวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองได้ดี โดยเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ลงรายละเอียดในระดับพื้นที่ และแบ่งกลุ่มตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ไปจนถึงเส้นทางประสบการณ์ก่อนและหลังจากที่ได้มาเยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของไทยในปัจจุบัน และคาดว่าจะเพิ่มความสำคัญขึ้นไปอีก ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน รวมไปถึงผลกระทบต่อชุมชน ไม่ว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปอย่างไร เมืองจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หลักของการท่องเที่ยวอยู่เสมอและเรื่อยไป แต่นโยบายการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ หรือเป็นเส้นทางที่เชื่อมแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ผูกโยงกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองในภาพรวม โครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมแบบเดิมจึงไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ ปัญหาเหล่านี้มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ของเมือง ต่อการดำรงชีวิตของคนในเมือง และยิ่งทำให้ศักยภาพและความน่าเที่ยวของเมืองลดน้อยลง 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 คณะผู้วิจัยได้ทดลองแนวคิดและกระบวนการวางแผนแบบฉากทัศน์และการพัฒนาแบรนด์ของเมือง เพื่อใช้เป็นกรอบในวางยุทธศาสตร์และออกแบบพื้นที่เมืองที่แตกต่างไปจากเดิม ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้น ได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในฐานข้อมูลทั้งในด้านภูมิศาสตร์ ประชากร เศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงสำรวจในพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อยและการนำเสนองานให้กับตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ข้อค้นพบหลักของงานวิจัยนี้มีดังนี้

1. กับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง : เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของไทยติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มมูลค่าได้มากจากการท่องเที่ยว ความท้าทายหลักของเมืองท่องเที่ยวที่สรุปได้จากกรณีศึกษามีอยู่ 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่
    i. ขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวพัฒนาไม่ทันความต้องการ
    ii. อัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวไม่ได้รับการรักษาหรือเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น
    iii. ผลประโยชน์กับภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเป็นธรรม
2. อนาคตของเมืองรองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว : เมืองขนาดเล็กจำนวนมากประสบปัญหาจำนวนประชากรมีแนวโน้มคงที่หรือลดลง และฐานเศรษฐกิจไม่มีความหลากหลาย การท่องเที่ยวจึงดูเหมือนจะเป็นทางเลือกสำคัญที่อาจช่วยบรรเทาปัญหาด้านเศรษฐกิจและประชากรของเมืองขนาดเล็กเหล่านี้ได้
3. ข้อจำกัดในการมองอนาคตและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนเมือง : แทบทุกพื้นที่ไม่มีการวางแผนระยะยาวที่มาจากการวิเคราะห์ภาพอนาคตของการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน
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 และการออกแบบเมืองเพื่อเปลี่ยนภูมิสัณฐานเมืองที่เป็นสินทรัพย์ (assets) ที่มีอยู่แต่เดิม ให้กลายเป็นทุน (capital) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

สำหรับจังหวัดภูเก็ต คณะผู้ศึกษาเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น การพัฒนาและออกแบบขุมเหมือง และการรักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

สำหรับเมืองแม่สาย ผู้วิจัยแสดงตัวอย่างการเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย การสร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม ส่วนเมืองเชียงของ เสนอให้เชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง อนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ และพัฒนาพื้นที่ใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต ไปพร้อมกับการจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

สำหรับเมืองพัทลุง คณะผู้วิจัยเสนอตัวอย่างการสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน การเสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา การพัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ มีดังต่อไปนี้

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

Abstract

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

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

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

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

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

The main findings of this research are as follows:

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

1.1 Carrying capacity: Urban infrastructure and facilities are not developing fast enough to accommodate rapidly growing demand;

1.2 Identity: The identities of tourist cities are not well preserved or enhanced; and

1.3 Equity: Benefits and burdens arising from tourism are not allocated fairly.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

We also suggest the following national strategies:

1. Increase the capacity of local governments in planning for urban development and design in a tourist city;

2. Encourage the private sector to participate in the development of a tourist city;

3. Increase the carrying capacity of infrastructure to support tourism in a city;

4. Promote participation in imaging and determining future pictures of tourist cities;

5. Create a tourist city's identity and brand through a participatory process;

6. Promote the development and design of a tourist city at the neighborhood level; and

7. Promote diffusion of knowledge and skills in developing and designing tourist cities.

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ..... ก

วัตถุประสงค์ ..... ก

วิธีการวิจัย ..... ข

ข้อค้นพบ ..... ข

ข้อเสนอแนะ ..... จ

บทคัดย่อ ..... ฑ

ABSTRACT ..... ด

สารบัญตาราง ..... ผ

สารบัญแผนภาพ ..... ผ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

กรอบแนวความคิดของการวิจัย 4

วิธีการดำเนินการวิจัย 4

แผนการดำเนินโครงการวิจัย 6

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8

บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว 9

เมืองในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยว 10

การท่องเที่ยวในเมือง 11

เมืองท่องเที่ยว 14

ประเภทของการท่องเที่ยว 16

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง 19
หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 21
ภาพลักษณ์และแบรนด์เมืองท่องเที่ยว 25
การพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว 33
ปัญหาที่พบในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว 40
สรุปท้ายบท 44

บทที่ 3 นโยบายและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวไทย 45

ภาพรวมนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเมือง 45
บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทาย 62
สรุปท้ายบท 76

บทที่ 4 กระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว 77

บทนำ 77
การวางแผนยุทธศาสตร์แบบฉากทัศน์ 77
การพัฒนาแบรนด์เมือง 88
การออกแบบเมืองท่องเที่ยว 93
สรุปท้ายบท 96

บทที่ 5 กรณีศึกษาภูเก็ต 97

บทนำ 97
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต 98
ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดภูเก็ต 111
ภาพรวมของความท้าทายด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ต 137
การวิเคราะห์ SWOT เมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยว 144
ฉากทัศน์ในการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต 146
ข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น 160
ตัวอย่างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่ 164

การพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง 183
แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง 195
การพัฒนาพื้นที่บริเวณสะพานหิน 204
การพัฒนาพื้นที่หาดกะรน 226
การพัฒนาพื้นที่ขุมเหมือง 243
สรุปและอภิปราย 248

บทที่ 6 กรณีศึกษาเชียงราย 255

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย 257
ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคม 280
ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของเมืองแม่สาย และเมืองเชียงของ 289
สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองแม่สาย 302
สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเชียงของ 307
ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมือง 309
ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมืองเชียงของ 338
สรุปและอภิปราย 382

บทที่ 7 กรณีศึกษาพัทลุง 389

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง 390
พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาพัทลุง 395
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดพัทลุง 396
ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง 416
การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุงและลำปำ 418
สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง 423
ข้อเสนอในการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น 425
แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง 426
แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง 440

สรุปและอภิปราย....475

บทที่ 8 สรุปบทเรียนและข้อเสนอแนะ 479

บทนำ....479

ข้อค้นพบ....479

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพื้นที่กรณีศึกษา....488

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ....494

เอกสารอ้างอิง.... 501

ภาคผนวกที่ 1.... 507

แผนที่แสดงการกระจายตัวของอัตราส่วนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด....507

ภาคผนวกที่ 2.... 509

กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์เมือง....509

ภาคผนวกที่ 3.... 525

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย....525

ภูเก็ต....525

เชียงราย....530

พัทลุง....538

ภาคผนวกที่ 4.... 543

แผ่นสไลด์นำเสนอ วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562....543

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3-1 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรในจังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560 63
ตารางที่ 3-2 จังหวัดที่มีอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรเมืองในจังหวัดสูงที่สุด 20 อันดับใน พ.ศ. 2560 64
ตารางที่ 3-3 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่จังหวัดสูงที่ 20 อันดับใน พ.ศ. 2560 66
ตารางที่ 3-4 จังหวัดที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่เมืองในจังหวัดสูงที่ 20 อันดับใน พ.ศ. 2560 67
ตารางที่ 4-1 แนวทางการวางแผนตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบ 85
ตารางที่ 5-1 เปรียบเทียบท่าเรือที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต 131
ตารางที่ 5-2 เปรียบเทียบชายหาดที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต 135
ตารางที่ 5-3 ตัวอย่างการวิคราะห์ผลกระทบและความไม่แน่นอนของปัจจัยขับเคลื่อน 146
ตารางที่ 5-4 ตัวอย่างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวภูเก็ต พ.ศ. 2575 147

สารบัญแผนภาพ

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

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

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

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

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

แผนภาพที่ 6-13 แผนที่ภาษาตระกูลไท....277
แผนภาพที่ 6-14 แผนที่ภาษาตระกูลจีน – ทิเบต....278
แผนภาพที่ 6-15 แผนที่ภาษาตระกูลม้ง – เมี่ยน....279
แผนภาพที่ 6-16 ภาพอาณาจักรโยนกเชียงแสนในอดีต....280
แผนภาพที่ 6-17 แผนที่เดินทางของ Sir William , การล่าอาณานิคมของอังกฤษ, 2428....281
แผนภาพที่ 6-18 Report by Mr. C.E.W. Stringer of a journey to the Laos state of Nān, Siam, 2431....282
แผนภาพที่ 6-19 ภาพการเดินทัพของทหารไทยเข้ายึดเมืองเชียงตุง 2485....283
แผนภาพที่ 6-20 เงินโพยก๊วน และด่านพรมแดนแม่สาย....284
แผนภาพที่ 6-21 เจดีย์บรรจุพระเกศา วัดพระแก้ว และวัดหลวง ตามลำดับ, แผนที่เมืองขรราช ยุคลาว....285
แผนภาพที่ 6-22 ภาพงานพิธีสืบชะตาแม่น้ำโขง บริเวณผาถ่าน, เชียงของ, 2448 , การล่าปลาบึกที่ เชียงของ, 2535....287
แผนภาพที่ 6-23 ตลาดกาดกองแก้ว, 2495, , สะพานมิตรภาพไทย – ลาว 4....288
แผนภาพที่ 6-24 ภาพลักษณ์เมืองแม่สาย....290
แผนภาพที่ 6-25 ภาพลักษณ์เมืองเชียงของ....292
แผนภาพที่ 6-26 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาแม่สาย....294
แผนภาพที่ 6-27 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาเชียงของ....297
แผนภาพที่ 6-28 การวิเคราะห์ศักยภาพเมืองแม่สาย....299
แผนภาพที่ 6-29 การวิเคราะห์ศักยภาพเมืองเชียงของ....301
แผนภาพที่ 6-30 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองแม่สาย....304
แผนภาพที่ 6-31 การเปลี่ยนแปลงของเมืองแม่สายและเชียงของ ตามฉากทัศน์ “ประตูสู่ไทย”....305
แผนภาพที่ 6-32 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองเชียงของ....308
แผนภาพที่ 6-33 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย....310
แผนภาพที่ 6-34 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย....310
แผนภาพที่ 6-35 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย....311
แผนภาพที่ 6-36 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย....313
แผนภาพที่ 6-37 ผังแนวคิดการพัฒนาภายในตัวเมืองแม่สายและดอย....315

แผนภาพที่ 6-38 ผังแนวทางการพัฒนาภายในตัวเมืองแม่สายและดอย 317
แผนภาพที่ 6-39 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว 319
แผนภาพที่ 6-40 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน 321
แผนภาพที่ 6-41 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้า 323
แผนภาพที่ 6-42 รูปตัดพื้นที่ดอยเวาและด่านพรมแดนแม่สาย 324
แผนภาพที่ 6-43 รูปตัดพื้นที่ริมแม่น้ำสายเพื่อรองรับน้ำและกิจกรรมใหม่ริมน้ำ 324
แผนภาพที่ 6-44 จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม (ภาพก่อน) 325
แผนภาพที่ 6-45 จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม (ภาพหลัง) 325
แผนภาพที่ 6-46 ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผาจม (ภาพก่อน) 326
แผนภาพที่ 6-47 ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผาจม (ภาพหลัง) 326
แผนภาพที่ 6-48 ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก (ภาพก่อน) 327
แผนภาพที่ 6-49 ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก (ภาพหลัง) 327
แผนภาพที่ 6-50 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล 329
แผนภาพที่ 6-51 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและเทศกาล 331
แผนภาพที่ 6-52 พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพก่อน) 332
แผนภาพที่ 6-53 พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพหลัง) 332
แผนภาพที่ 6-54 พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพก่อน) 333
แผนภาพที่ 6-55 พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพหลัง) 333
แผนภาพที่ 6-56 องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม 334
แผนภาพที่ 6-57 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า 334
แผนภาพที่ 6-58 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า 335
แผนภาพที่ 6-59 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า 335

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

แผนภาพที่ 6-83 ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน (ภาพหลัง)..... 364
แผนภาพที่ 6-84 ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง)..... 365
แผนภาพที่ 6-85 ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง)..... 365
แผนภาพที่ 6-86 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม..... 367
แผนภาพที่ 6-87 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 369
แผนภาพที่ 6-88 รูปตัดพื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม 370
แผนภาพที่ 6-89 ลานริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพก่อน) 371
แผนภาพที่ 6-90 ลานริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพหลัง)..... 371
แผนภาพที่ 6-91 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและสั้น..... 373
แผนภาพที่ 6-92 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและสั้น 375
แผนภาพที่ 6-93 พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอเชียงของ (ภาพก่อน) 376
แผนภาพที่ 6-94 พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอเชียงของ (ภาพหลัง)..... 376
แผนภาพที่ 6-95 เก้าอี้ริมแม่น้ำโขง 377
แผนภาพที่ 6-96 หลังคาให้ร่มเงา..... 377
แผนภาพที่ 6-97 ป้ายบอกทางในเมือง 378
แผนภาพที่ 6-98 ประติมากรรมริมน้ำ 378
แผนภาพที่ 6-99 ไฟทางถนนและคนเดิน..... 379
แผนภาพที่ 6-100 ผังแสดงการควบคุมความสูงอาคาร 381
แผนภาพที่ 6-101 แนวทางการควบคุมหน้าตาและสีอาคาร 382
แผนภาพที่ 7-1 สถานที่ท่องเที่ยงภายในจังหวัดพัทลุง 393
แผนภาพที่ 7-2 วิเคราะห์สถานที่ท่องเที่ยงภายในจังหวัดพัทลุง..... 394
แผนภาพที่ 7-3 ตำแหน่งพื้นที่โครงการ 397
แผนภาพที่ 7-4 ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขาอกทะลุได้ดี..... 398
แผนภาพที่ 7-5 ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขาอกทะลุได้ดี..... 399

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

แผนภาพที่ 7-32 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1 436
แผนภาพที่ 7-33 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1 437
แผนภาพที่ 7-34 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 3 438
แผนภาพที่ 7-35 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 4 439
แผนภาพที่ 7-36 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง 441
แผนภาพที่ 7-37 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณเขาอกทะลุ – พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง 443
แผนภาพที่ 7-38 ภาพจำลองบริเวณเขาอกทะลุ 444
แผนภาพที่ 7-39 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพก่อน) 445
แผนภาพที่ 7-40 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพหลัง) 445
แผนภาพที่ 7-41 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณเขาอกทุละ 447
แผนภาพที่ 7-42 ผังรายละเอียดพื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุง ชมวิวเมือง – พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล 449
แผนภาพที่ 7-43 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพก่อน) 450
แผนภาพที่ 7-44 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพหลัง) 450
แผนภาพที่ 7-45 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพก่อน) 451
แผนภาพที่ 7-46 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพหลัง) 451
แผนภาพที่ 7-47 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ 453
แผนภาพที่ 7-48 ผังรายละเอียดพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันฯ – พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง 455
แผนภาพที่ 7-49 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ (ภาพก่อน) 457
แผนภาพที่ 7-50 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ (ภาพหลัง) 457
แผนภาพที่ 7-51 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันฯ 459
แผนภาพที่ 7-52 ผังแนวคิดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำ 461
แผนภาพที่ 7-53 ตำแหน่งสถานที่สำคัญในแผนที่ ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง 462
แผนภาพที่ 7-54 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง 463

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

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยมาแล้วหลายทศวรรษ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ตัวเลขสถานการณ์ท่องเที่ยว พ.ศ. 2560 ซึ่งรวบรวมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมใน พ.ศ. 2560 จำนวน 34,331,185 คน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2559 ร้อยละ 8.51 สร้างรายได้กว่า 1,764,957 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.04 ส่วนนักท่องเที่ยวไทยมีจำนวน 152 ล้านคน/ครั้ง (1 คนเที่ยวได้มากกว่า 1 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.39 สร้างรายได้กว่า 930,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.93 (สถิติถึงวันที่ 23 ธันวาคม 2560) โดยคาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2561 รายได้รวมจากการท่องเที่ยวจะสูงถึง 3 ล้านล้านบาท จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.44 และจากนักท่องเที่ยวไทย 1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16[1]

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

ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็ได้เปลี่ยนแปลงไปมากในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปยังพื้นที่ใหม่ ทั้งป่าเขาลำเนาไพร และในชุมชนและแหล่งที่อยู่อาศัยทั่วไปที่ดูเหมือนไม่มีแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอะไร อีกทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็มีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มทัวร์อาจยังคงมีมากอยู่ แต่การท่องเที่ยวด้วยตนเองและการท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ก็เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งแผนที่และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ยิ่งทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างกว่าแหล่งและเส้นทางท่องเที่ยวที่เคยมีมาแต่เดิม จึงทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมพื้นที่กว้างกว่าเดิมและเกิดขึ้นได้แทบทุกพื้นที่ ตราบใดที่มีความสะดวก สะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

[1] รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว 2560. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=397

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

นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ แม้ว่าช่วงหลังเริ่มเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวบ้าง แต่นโยบายการท่องเที่ยวโดยมากไม่ได้ผูกโยงกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองในภาพรวม อีกทั้งยังไม่ได้วางแผนโครงสร้างพื้นฐานของเมืองให้รองรับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้าน ประชากร เศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วได้ โครงสร้างพื้นฐานเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบันในประเทศไทยจึงไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับ ทั้งปัญหารถติด การขาดแคลนน้ำ ขยะและน้ำเสีย และอุบัติเหตุจากการจราจร ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและภาระด้านโครงสร้างพื้นฐานจึงเพิ่มอย่างทวีคูณขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว

ขณะเดียวกัน แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวไม่ไปพร้อมกับการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่สำหรับชุมชนและผู้อยู่อาศัยในเมือง จึงเกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับการกระจายผลประโยชน์ภาระและผลกระทบที่แท้จริงของการที่ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวไปทั่วประเทศ พร้อมกันนี้ ปัญหาความแออัดและมลพิษที่เกิดขึ้นในเมืองก็ทำให้เมืองไม่น่าอยู่ ไม่น่าเที่ยว ส่งผลต่อประสบการณ์และความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองนั้น ๆ ปัญหาเมืองเหล่านี้มีผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ของเมือง และต่อการดำรงชีวิตของคนในเมืองเอง โดยยิ่งทำให้ศักยภาพและความน่าเที่ยวของเมืองลดน้อยลง

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

และพัฒนาพื้นที่เมืองในอนาคตจึงควรปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถรองรับขนาดและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เพื่อสร้างรายได้ มีความเป็นธรรมและความยั่งยืน ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระดับเมืองและย่าน ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน และด้านการออกแบบพื้นที่สาธารณะ

งานวิจัยและงานวางแผนในประเทศไทยที่ผ่านมาอาจได้วิเคราะห์ประเด็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาและออกแบบเมืองกับการท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่อาจยังไม่ค่อยชัดเจนนัก จึงสมควรให้มีงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีเป้าหมายในการสร้างองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาและออกแบบเมือง เพื่อสร้างเสริมศักยภาพของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

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

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเชิงเนื้อหา

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

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

ขอบเขตเชิงพื้นที่

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

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดหลักที่ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ประเมินและนำเสนอแนวทางในการออกแบบและพัฒนาพื้นที่เมืองในงานศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเน้นแนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ความยั่งยืนที่ว่านี้ไม่ได้จำกัดเพียงในด้านความต่อเนื่องของการจ้างงาน การประกอบธุรกิจและการสร้างรายได้ของคนในพื้นที่ แต่รวมไปถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ และความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรและกระบวนการในการตัดสินใจ

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

ส่วนที่ 3 เป็นแนวคิดการสร้างแบรนด์ของเมือง (city branding) โดยนำมาใช้เป็นกรอบในการยกตัวอย่างแนวทางการพัฒนาและออกแบบพื้นที่เมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พร้อมเป็นตัวอย่างโครงการออกแบบองค์ประกอบเมืองอื่น ๆ ในแต่ละกรณีศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

1) ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการหลัก และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) เลือกเมืองกรณีศึกษา – ผู้ศึกษาได้เลือกเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทยจาก 8 กลุ่มคลัสเตอร์ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยเลือกเมืองตัวแทนของคลัสเตอร์ที่มีความหลากหลายและความจำเป็นเร่งด่วนของประเด็นท้าทายในด้านการออกแบบและพัฒนาเมือง รวมถึงเมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคณะทำงานได้เลือกเมือง ดังนี้
   - เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน : เมืองภูเก็ตและพื้นที่ชายหาดสำคัญในจังหวัดภูเก็ต
   - เขตการการท่องเที่ยวชายแดน : พื้นที่เมืองแม่สายและเมืองเชียงของในจังหวัดเชียงราย
   - เมืองขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต : เมืองพัทลุง

3) วิเคราะห์ปัญหา ความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา
   - ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ และงานศึกษาที่ผ่านมา
   - วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว สังคม สิ่งแวดล้อม
   - กำหนดประเด็นความท้าทายหลักของการพัฒนาพื้นที่เมืองท่องเที่ยว
     - ระบุขอบเขตเชิงพื้นที่ของประเด็นความท้าทาย (บางประเด็นครอบคลุมทั้งเมือง บางประเด็นครอบคลุมเฉพาะพื้นที่ระดับย่าน)
     - วิเคราะห์และสังเคราะห์ปัญหาและสาเหตุในด้านกายภาพ
     - ทบทวนตัวอย่างความสำเร็จในจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4) สัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงานและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา เพื่อระบุประเด็นความท้าทายในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
5) สำรวจพื้นที่ศึกษา
   - สัมภาษณ์และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่
   - ลงสำรวจภาคสนาม
6) ร่างแนวทางการพัฒนาและการออกแบบเมืองท่องเที่ยว
   - แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วยกรอบนโยบาย ผังโครงสร้างระดับเมือง แผนยุทธวิธี เครื่องมือและมาตรการ และตัวอย่างโครงการ
   - ผังโครงการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองในระดับย่าน ประกอบด้วยผังแนวคิด ตัวอย่างโครงการตัวอย่างการออกแบบ เครื่องมือและมาตรการ และแนวทางการออกแบบ
7) นำเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์ ผังแนวคิด และตัวอย่างการออกแบบเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

แผนการดำเนินโครงการวิจัย

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

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานในกิจกรรมดังต่อไปนี้

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

3) ลงพื้นที่สำรวจเมืองกรณีศึกษา เพื่อแนะนำโครงการ และสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยกับหน่วยงานและผู้นำในพื้นที่ศึกษา พร้อมสำรวจพื้นที่ในเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหา ความท้าทาย โอกาส และอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา ตามกำหนดการดังนี้

- จังหวัดสงขลาและพัทลุง วันที่ 3-4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 และวันที่ 21-27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยได้นำเสนอแนะนำโครงการให้กับผู้นำในจังหวัด นับตั้งแต่รองผู้ว่าราชการจังหวัดพัทลุง ตัวแทนองค์การบริหารส่วนจังหวัด และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง นอกจากนี้ยังได้ลงสำรวจพื้นที่เมืองพัทลุงและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพัทลุงและสงขลา
- จังหวัดเชียงราย วันที่ 20-27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยได้เข้านำเสนอแนะนำโครงการกับผู้นำในท้องถิ่น ทั้งนายกเทศมนตรีของเทศบาลตำบลแม่สาย นายอำเภอเชียงของ และตัวแทนนักธุรกิจด้านการโรงแรมและการค้าในเขตชายแดนของจังหวัดเชียงราย รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่อำเภอแม่สาย เชียงของ และเชียงแสน
- จังหวัดภูเก็ต วันที่ 26-29 เมษายน พ.ศ. 2561 และวันที่ 30 เมษายน – วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 โดยได้เข้าพบกับตัวแทนของบริษัทภูเก็ตพัฒนาเมือง ตัวแทนสมาคมผู้ประกอบการโรงแรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะผู้วิจัยยังได้ลงสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์และนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่

4) คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาเพิ่มเติม จากการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ จากนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดเตรียมการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นความท้าทายและข้อเสนอเบื้องต้นในการออกแบบและพัฒนาเมืองในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด แล้วจึงจัดประชุมกลุ่มย่อยในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำเสนองานที่ได้เตรียมไว้ ไปพร้อมกับการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานในขั้นต่อไป ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยก็ได้ลงไปสำรวจพื้นที่กรณีศึกษาเพิ่มเติมไปพร้อมกันอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมและติดตามข้อมูลในประเด็นที่ได้วิเคราะห์มาแล้วเบื้องต้น การนำเสนองานและการสำรวจเพิ่มเติมครั้งที่ 2 เป็นไปตามกำหนดการดังนี้

- จังหวัดเชียงราย - ในวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อเสนอเบื้องต้นที่แม่สาย และในวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ที่เชียงของ และสำรวจภาคสนามเพิ่มเติมในสองพื้นที่
- จังหวัดพัทลุง - วันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อเสนอเบื้องต้นที่ศาลากลางจังหวัดพัทลุง และสำรวจพื้นที่เพิ่มเติม
- จังหวัดภูเก็ต - วันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ให้กับตัวแทนในจังหวัด และสำรวจพื้นที่เพิ่มเติม

5) จัดทำแผนยุทธศาสตร์ 5-10 ปีสำหรับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ พร้อมตัวอย่างการออกแบบในย่านสำคัญของเมืองท่องเที่ยว 3 แห่ง ประกอบด้วย ร่างแผนยุทธศาสตร์ ร่างผังแนวคิดสำหรับการพัฒนาย่าน ตัวอย่างการออกแบบ และรายงานฉบับสมบูรณ์

การนำเสนอผลการวิจัยในพื้นที่ศึกษา

- จังหวัดภูเก็ต - วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ
- จังหวัดพัทลุง - วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ
- จังหวัดเชียงราย - ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยว พร้อมตัวอย่างผังแนวคิด และตัวอย่างแนวทางการออกแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแผนยุทธศาสตร์ แผนยุทธวิธี ผังแนวคิด และตัวอย่างการออกแบบที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาเมืองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวต่อไปได้
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกันในกระบวนการศึกษาที่นำไปสู่การวางแผนเพื่อออกแบบและพัฒนาเมือง

บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว

การขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและยกระดับรายได้ของผู้ประกอบการและประชาชนในหลายจังหวัดของประเทศแล้ว ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินไปทั่วประเทศ ทั้งในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบทไปจนถึงพื้นที่ป่าไม้และพื้นที่สูง พื้นที่จำนวนมากได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นักทัศนาจรและผู้เยี่ยมเยือนในขนาดและรูปแบบที่หลากหลาย การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้กลายเป็นฐานเศรษฐกิจของเมืองและชุมชนจำนวนมากทั่วประเทศ อาจกล่าวได้ว่า นอกเหนือจากกิจกรรมการผลิตทางอุตสาหกรรมแล้ว การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงทั้งโครงสร้างและโฉมหน้าของเมืองในประเทศไทยไปมากที่สุดในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา

พร้อมเดียวกันนี้ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างมากและอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวก็ทำให้เกิดปัญหาและความท้าทายหลายอย่าง นับตั้งแต่ความแออัดยัดเยียดของนักท่องเที่ยวที่มามากเกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ทั้งปัญหาความไร้ระเบียบของร้านค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาขยะมูลฝอย ไปจนถึงปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งกลายเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมสำหรับผู้คนในท้องถิ่น ในภาพรวม ปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดการวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมและทันท่วงที รวมถึงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกสาเหตุหนึ่งอยู่ที่แนวคิดและแนวทางการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว กล่าวคือ การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผ่านมามุ่งเน้นแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ หรืออย่างมากก็เป็นการพัฒนาเส้นทางที่การเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้าด้วยกัน แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวเหล่านี้มักหลุดลอยจากการพัฒนาเมืองหรือการพัฒนาเชิงพื้นที่ในภาพรวม การท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเมืองเกือบทั้งหมดของประเทศไทยจึงตกอยู่ในสภาวะสุ่มเสี่ยงต่อการถูกบั่นทอนคุณภาพของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเอง และอาจก่อให้เกิดปัญหาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตามมา โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวหลักที่การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็วด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศจีน และกระแสการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นภายในประเทศของคนไทยเอง

การวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจทั้งในความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ รวมถึงการคำนึงถึงปัจจัยและบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื้อหาในบทนี้ทบทวนแนวคิดพื้นฐานบางประการที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และวางแผนยุทธศาสตร์ในพื้นที่กรณีศึกษาต่อไป

เมืองในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจภาคบริการที่มีลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ความยึดติดกับพื้นที่” (spatial fixity) ผู้จัดหาสินค้าและบริการท่องเที่ยวจึงต้องจัดหาให้บริโภค ณ สถานที่ใดที่หนึ่งโดยเฉพาะ กล่าวได้ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวบริโภคก็คือสถานที่ที่สินค้าและบริการท่องเที่ยวตั้งอยู่นั่นเอง[2] พื้นที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในแง่ของฐานการผลิตการท่องเที่ยวและฐานการบริโภคของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

การวิจัยด้านการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่เริ่มต้นประมาณช่วง ค.ศ. 1945 โดยใช้ทฤษฎี แนวคิดและเครื่องมือด้านภูมิศาสตร์เป็นแกนหลักในการศึกษา จนกระทั่งในช่วงทศวรรษ 1990 การศึกษาการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่เริ่มเกิดขึ้น เช่น ภูมิศาสตร์พฤติกรรม ภูมิศาสตร์มนุษยนิยม ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม พัฒนาการดังกล่าวสะท้อนถึงมุมมองต่อการท่องเที่ยวในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับผู้คน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับพื้นที่มากขึ้น[3] งานวิจัยบุกเบิกในแนวนี้คือแบบจำลองพัฒนาการของพื้นที่ท่องเที่ยวของ ริชาร์ด บัทเลอร์ (Richard Butler) ซึ่งเสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีพัฒนาการเหมือนกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (product life cycle) ซึ่งมี 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การสำรวจ (2) การเริ่มเข้ามามีส่วนในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเต็มรูปแบบ (4) การท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจของสถานที่นั้น (5) การชะลอตัวของการท่องเที่ยว และสุดท้าย (6) การเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยว หรือในทางตรงกันข้ามอาจมีการปรับโฉมเพื่อนำเสนอสิ่งใหม่แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใหม่[4] นักวิจัยจำนวนมากได้ทดสอบและพิสูจน์แบบจำลองตามแนวคิดนี้ในบริบทของพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งทั่วโลกเรื่อยมา ข้อวิพากษ์สำคัญต่อแนวคิดดังกล่าวคือ แบบจำลองนี้ใช้ได้ดีเฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักในเชิงอุตสาหกรรม แต่มีข้อจำกัดในการปรับใช้กับการท่องเที่ยวทางเลือก[5]

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

[2] Urry (2002) อ้างถึงในชูศักดิ์ วิทยาภัค (2554)

[3] ชูศักดิ์ วิทยาภัค (2554)

[4] Butler (1980)

[5] ชูศักดิ์ วิทยาภัค (2554)

และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น[6] ในหลายกรณี สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นสิ่งแปลกปลอมหรือขัดตา บางพื้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ จากที่เคยสงบเงียบกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวท่ามกลางวงล้อมของกิจกรรมการเกษตรในชนบท (tourist enclave) ส่วนในกรณีเมืองประวัติศาสตร์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเกินไปก่อให้เกิดการลงทุนในสิ่งก่อสร้างในเมืองเก่าที่เกินจำเป็นและมีผลกระทบต่อสภาพโดยรอบที่สัมพันธ์กับคุณค่าทางวัฒนธรรมของเมือง[7]

อีกแนวคิดในกลุ่มทฤษฎีแนววิพากษ์ (critical theory) วิเคราะห์การท่องเที่ยวจากมุมมองแนวคิดพื้นที่การท่องเที่ยว (space of tourism) โดยถือให้พื้นที่การท่องเที่ยวเป็นได้ทั้งอาณาบริเวณแห่งการเคลื่อนที่ เป็นจุดหมายปลายทาง เป็นประสบการณ์ เป็นความทรงจำ และเป็นภาพแทน (representation) ยิ่งไปว่านั้น พื้นที่การท่องเที่ยวยังอาจเป็นอาณาบริเวณแห่งความปรารถนา จิตนาการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่แห่งการปลดปล่อย การจัดระเบียบใหม่ และเป็นพื้นที่แห่งความมีมนต์เสน่ห์และน่าหลงใหล ทั้งนี้ แต่ละพื้นที่ล้วนมีค่านิยมของสังคมเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ในอีกแง่หนึ่งพื้นที่ท่องเที่ยวยังทำหน้าที่เป็น “โลกอันน่าพิศวงให้นักท่องเที่ยวได้แสวงหาเรียนรู้” เป็นพื้นที่ที่ก่อให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า โดยตัวพื้นที่นั้นเองก็กลายเป็นสินค้าไปด้วย และยังทำหน้าที่เป็นเวทีพบปะระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ประกอบสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของบุคคลด้วย[8]

โดยสรุป พื้นที่ท่องเที่ยวเป็นผลผลิตจากปรากฏการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการพัฒนาเช่นเดียวกับกระบวนการเป็นเมืองและกระบวนการเข้าสู่อุตสาหกรรม ในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวก็เป็นตัวเร่งให้เกิดกระบวนการกลายเป็นเมืองเพื่อสร้างพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะและได้รับการพัฒนาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวในที่สุด พื้นที่การท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นใหม่นี้มีความหมายทั้งในเชิงการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และความหมายในเชิงการบริโภคในฐานะเป็นพื้นที่สร้างอัตลักษณ์ตัวตน รวมถึงการเป็นเวทีพบปะและปะทะสังสรรค์ระหว่างผู้คนจากวัฒนธรรมต่าง ๆ

การท่องเที่ยวในเมือง

การท่องเที่ยวในเมือง (urban tourism) มีประวัติศาสตร์มานาน นับตั้งแต่การเดินทางท่องเที่ยวในทวีปยุโรปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่งดงามในตัวเมืองของประเทศต่าง ๆ ควบคู่กับการศึกษาหาความรู้ จนกระทั่งในช่วงต่อมาได้พัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องของคนรุ่นใหม่ในด้านกิจกรรมตามความสนใจ

[6] Young (1983)

[7] ยงธนิศร์ พิมลเสถียร (2556)

[8] Wearing et al. (2010)

(special interest) ในสถานที่จำเพาะ (place-specific)[9] จากการที่คนรุ่นใหม่ทำงานในเมือง แต่มีเวลาจำกัด ไม่สามารถท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวห่างไกลได้ จึงจำเป็นต้องเที่ยวชมตัวเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน เช่น มีที่พักและการคมนาคมสะดวกสบาย การมีวัฒนธรรมของสังคมเมืองที่หลากหลาย รวมถึงการมีแหล่งบันเทิงที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนหนุ่มสาว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน การชมกีฬา เป็นต้น[10]

ในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เมืองหลายแห่งในทวีปอเมริกาเหนือเริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมือง โดยเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจเมืองในยุคหลังอุตสาหกรรม (post-industrial city) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของความพยายามในการฟื้นฟูเมืองด้วยการดึงดูดอุตสาหกรรมใหม่ ผู้อยู่อาศัยใหม่ และผู้มาเยือนให้เข้ามายังพื้นที่เมืองเดิมที่เสริมโทรมลงหลังจากอุตสาหกรรมเก่าได้ย้ายออกไปเมืองอื่น และผู้อยู่อาศัยเดิมได้ย้ายออกไปยังพื้นที่ชานเมือง ด้วยฐานภาษีที่ลดลงหลังจากที่ธุรกิจและผู้อยู่อาศัยย้ายออกจากเมือง ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นต้องหาทางเลือกในการสร้างฐานเศรษฐกิจขึ้นมาใหม่ การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งของยุทธศาสตร์การฟื้นฟูเศรษฐกิจนั้น กลยุทธ์สำคัญในแนวคิดนี้คือการฟื้นฟูและจัดการพื้นที่เมืองให้น่าดึงดูดใจสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมบริการที่เกี่ยวข้องจากเดิมที่เป็นเมืองที่เน้นเพียงการอยู่อาศัยและทำงานเท่านั้น[11]

จุดหมายของการท่องเที่ยวในเขตเมืองมีหลากหลาย นับตั้งแต่อาคารสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือมีความสัมพันธ์กับตำนานเมือง รวมถึงพื้นที่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณตัวเมือง โดยเฉพาะในระดับมหานคร ซึ่งอาจรวมสถานที่จับจ่ายใช้สอยหรือมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกรวมอยู่และนักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้ตนเอง เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ พื้นที่รอบคูเมืองเชียงใหม่ ชุมชนชาวจีนในเยาวราช ฯลฯ แม้แต่สถานที่สำคัญทางศาสนาในพื้นที่เมือง หรืออาจเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งศูนย์การค้า ตลาดน้ำ สระน้ำ สวนสาธารณะ สถานบันเทิง ท่าจอดเรือ สนามกีฬา[12] รวมไปถึงกิจกรรมถนนคนเดิน ซึ่งจัดขึ้นทั่วไปในหลายเมืองของประเทศไทย

โดยพื้นฐานแล้ว การท่องเที่ยวในเมืองขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สร้างความหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือกิจกรรมที่

[9] Ashworth (2011)

[10] บุณยสฤษฏ์ อเนกสุข (2557) และ Hayllar et al. (2008)

[11] Cooper (2008)

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

สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่[13] ยิ่งในช่วงหลัง การท่องเที่ยวแบบเน้นประสบการณ์ (experiential tourism) ได้รับความนิยมมากขึ้น พื้นที่เมืองที่มีความหลากหลายด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอยู่แล้ว จึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวโดยปริยาย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองจึงไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมเยือนวัดวาอาราม และการชื่นชมสถาปัตยกรรม แต่รวมไปถึงการท่องเที่ยวแบบกินชิมอาหาร การจ่ายตลาด ไปจนถึงการเยี่ยมชมสถาบันการศึกษา ดังในกรณีที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก กรณีสุดโต่งหนึ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ คือ การเปลี่ยนชุมชนแออัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวสลัม (slum tourism)[14] เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ มิใช่เพียงพิพิธภัณฑ์หรือสวนสนุกที่แยกออกมาจากชีวิตของคนทั่วไปในโลกแห่งความเป็นจริง

จากที่การท่องเที่ยวในช่วงหลังเริ่มเน้นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งระบบ การพัฒนาและออกแบบเมืองจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น พื้นที่เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจึงจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง ที่พักและร้านค้า รวมทั้งการออกแบบและควบคุมภูมิทัศน์ของเมืองที่ตอบรับกับการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวขึ้นมาโดยเฉพาะนี้อาจมองได้ว่า เป็นการสร้าง “พื้นที่สินค้า” (commodity space) ด้านการท่องเที่ยวขึ้นให้อยู่ใน “พื้นที่พลเมือง” (citizen space) ผู้คนทั่วไปในเมืองดำเนินชีวิตประจำวันอยู่แล้ว[15] ในบางกรณี การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองอาจนำไปสู่การขยายพื้นที่เมืองออกไปอีก[16] ในทางกลับกัน อีกมุมมองหนึ่งคือ พื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองเป็นเพียงแค่สินค้าที่ตอบโจทย์ทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของนโยบายพัฒนาเมืองและมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นไปพร้อมกันทั้งในเชิงสังคม โครงสร้างพื้นฐานและสถาบัน ตามแนวคิดนี้ การดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีจะทำให้เมืองทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ[17]

รูปแบบการท่องเที่ยวในเมืองยังเป็นประเด็นที่คงต้องศึกษาต่อไปอย่างละเอียด นักวิชาการกลุ่มหนึ่งเชื่อว่าการท่องเที่ยวในเขตเมืองอาจจัดได้ว่าเป็นแบบไม่เร่งรีบหรือแบบเนิบช้า (slow tourism)[18] กล่าวคือ การท่องเที่ยวในเขตเมืองมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบเนิบ ๆ ตรงที่เกิดขึ้นมาเพื่อที่จะตอบโต้ความเป็น

[13] บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข (2557)

[14] Shepard (2016)

[15] Maciocco (2011)

[16] Spirou (2011)

[17] UNWTO (2012)

[18] เช่น Heitmann et al. (2011)

โลกาภิวัตน์ ซึ่งนิยมทำอะไรรวดเร็วหรือตามกระแสนิยม ในการท่องเที่ยวในเขตเมือง นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการพักผ่อนได้นานและทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ การนั่งรถชมเมือง การเลือกซื้อและชิมผลิตภัณฑ์อาหารปลอดสารพิษ หรือแม้กระทั่งการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวต้องอาศัยระยะเวลามากกว่าที่จะชมเมืองอย่างฉาบฉวยด้วยระยะเวลาจำกัดได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับประสบการณ์ความสัมพันธ์กันระหว่างคน (people) และแหล่งท่องเที่ยว (place) กับการใช้ชีวิต (life) ในเขตเมืองนั่นเอง[19] อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวบางกลุ่มในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้เวลาน้อยมากในการสร้างรับรู้ประสบการณ์ในพื้นที่เมือง แต่มุ่งเน้นไปที่การเยี่ยมชมสถานที่โด่งดังที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้แนะนำไว้ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และไม่มีพฤติกรรมที่สื่อถึงการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าตามที่นักวิชาการกลุ่มนี้ได้เสนอไว้ จึงเป็นประเด็นวิจัยที่ต้องดำเนินการสำรวจต่อไปในอนาคต

เมืองท่องเที่ยว

ประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากต่างเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด ด้วยความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นการใช้ทรัพยากรทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้แรงงานที่ไม่ต้องมีทักษะสูง แต่ในทางปฏิบัติ การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการโครงสร้างพื้นฐานหลายประการ อาทิ ระบบคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม น้ำเสีย ขยะ[20] จึงจะสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ และไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่แท้จริงจึงไม่ได้มองเพียงแค่การมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและตอบสนองเป้าหมายทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่ต้องมองแบบเป็นองค์รวมในภาพของเมืองหรือพื้นที่ท่องเที่ยว แนวคิดดังกล่าวถือเป็นจุดตั้งต้นของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว

ตามนิยามขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) เมืองท่องเที่ยว (tourist city) เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในสถานที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง โดยปกติแล้วเป็นการเดินทางในระยะเวลาที่สั้นเพียง 1-3 วัน เมืองท่องเที่ยวจึงมีความเชื่อมโยงกับตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น (short-break market) เป็นหลัก[21] ส่วนสำนักงานเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) กำหนดความหมายของเมืองท่องเที่ยวไว้ในมาตรฐานเมืองท่องเที่ยวน่าอยู่ของอาเซียน (ASEAN Clean Tourist City Standard) ไว้ว่า เป็นพื้นที่ที่มีการไหลเวียนของผู้มา

[19] บุณยสฤษฏ์ อเนกสุข (2557)

[20] เทียมสูรย์ สิริศรีภักดี (2559)

[21] UNWTO (2012)

เยือน (visitors) และมีสิ่งดึงดูดใจทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และที่มนุษย์สร้างขึ้น[22] นอกจากนี้ เมืองท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นพื้นที่ที่มีลำดับชั้นแห่งความสำคัญในมิติของการลงทุนพื้นที่สาธารณะระหว่างโซนนักท่องเที่ยวกับโซนที่ปลอดนักท่องเที่ยว รวมถึงประโยชน์ของผู้มาเยือนกับผู้อยู่อาศัย[23] จะเห็นได้ว่า สองความหมายแรกมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ความหมายสุดท้ายเน้นความสมดุลของการใช้พื้นที่ระหว่างการท่องเที่ยวกับการอยู่อาศัยที่ชัดเจนขึ้น

ในปัจจุบัน ด้วยความก้าวทางเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และระบบคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวได้ขยายบทบาทหน้าที่สำคัญด้านเศรษฐกิจของเมืองให้ส่วนหนึ่งของกระแสโลกาภิวัตน์ ทั้งการขยายตัวของธุรกิจบริการระหว่างประเทศ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสายการบิน ฯลฯ นอกจากนี้ บทบาทของพื้นที่เมืองในฐานะเมืองท่องเที่ยวยังเกิดขึ้นในพื้นที่เมืองเก่าที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากที่พื้นที่เมืองเดิมมีกิจกรรมหลักคือวัดวาอาราม ที่อยู่อาศัยและร้านค้าพาณิชยกรรมที่ลดความนิยมหรือเสื่อมโทรมลง การท่องเที่ยวกลายมาเป็นกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใส่ลงในพื้นที่เก่าเพื่อทดแทนมูลค่าทางเศรษฐกิจเดิมที่ลดลงไป ด้วยความที่เมืองท่องเที่ยวจะต้องเชื่อมต่อกับระบบการเดินทางและขนส่งมวลชน และนำมาซึ่งการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเพื่อเข้าออกหรือผ่านเมืองนั้น ๆ เมืองท่องเที่ยวจึงอาจเป็นทั้งจุดหมายปลายทาง (destination) และจุดเชื่อมต่อของเครือข่ายการท่องเที่ยวก็ได้

สำหรับองค์ประกอบของเมืองท่องเที่ยวนั้น นอกเหนือจากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่แล้ว เมืองท่องเที่ยวยังมีองค์ประกอบในลักษณะของระบบนิเวศเมืองท่องเที่ยว[24] โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน[25] ได้แก่

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

[22] ASEAN (2016)

[23] Eisinger (2000)

[24] มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2559)

[25] พนิต ภู่จินดา และสมยศ บุญสม (2559)

3. พื้นที่กันชน (buffer zone) เป็นพื้นที่ที่อยู่ระหว่างพื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรุกกับพื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงรับ พื้นที่ส่วนนี้สามารถใช้เป็นที่ตั้งของสาธารณูปการของเมืองที่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

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

ประเภทของการท่องเที่ยว

การจัดแบ่งประเภทของพื้นที่ท่องเที่ยวมักแบ่งตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นชายทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ป่าเขา ฯลฯ หากเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นปราสาทราชวัง โบราณสถาน วัด โบสถ์ ป้อมปราการต่าง ๆ ฯลฯ หากเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ แหล่งท่องเที่ยวก็จะเป็นพิพิธภัณฑ์นานาประเภท การเยี่ยมชมสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย แหล่งความรู้ในการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ เป็นต้น นอกจากนี้ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวยังจัดแบ่งได้ตามรูปแบบของการท่องเที่ยว โดยอาจมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ชายทะเล น้ำตก ภูเขา กับแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการประกอบสร้างความหมายขึ้นมา การประกอบสร้างความหมายดังกล่าวจะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ[26]

การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวมองได้หลายมิติ[27] หากใช้เกณฑ์ด้านวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงการตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. การท่องเที่ยวกระแสหลัก (mass tourism) บางครั้งเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน เป็นปรากฏการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมต่อการท่องเที่ยว มักจะมีรูปแบบที่กำหนดไว้อย่างเป็นแบบแผน มีการวางแผนล่วงหน้าทั้งการจองที่พักและยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีการจัดโปรแกรมการเดินทางที่มีลักษณะเป็นแพ็กเกจทัวร์ที่สามารถซื้อได้ทั่วไปจากบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนจำหน่าย

[26] กาญจนา เทพแก้ว (2557)

[27] มูลนิธิ สอวน. (2557)

การท่องเที่ยวกระแสหลักจึงเน้นการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่จำกัดจำนวน เช่น การท่องเที่ยวทะเลในรูปแบบ sea sand sun tourism เป็นต้น

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

หากใช้เกณฑ์ตามลักษณะทางกายภายภาพและที่มาของแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

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

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

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

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

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

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

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

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

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่เมืองตั้งแต่เมืองขนาดเล็กจนถึงเมืองขนาดใหญ่ โดยเฉพาะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของเมืองอันเกิดจากการขยายตัวของย่านธุรกิจบริการท่องเที่ยว (Tourism Business District)[28] รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในหลากหลายมิติ ในทางกลับกัน การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่เปราะบาง เพราะต้องอาศัยพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยว ดังนั้น หากเมืองไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม การท่องเที่ยวก็อาจถูกบั่นทอนคุณภาพลงในที่สุด ด้วยเหตุดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเมือง เพื่อให้ทราบว่า เมืองท่องเที่ยวควรมีแนวทางการบริหารจัดการอย่างไรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ผลกระทบของการท่องเที่ยวเมืองโดยสรุปมีดังนี้[29]

ผลกระทบในมิติกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบมีทั้งเชิงลบและเชิงบวก ผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก มีทั้งการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่ และอาจนำไปสู่การสร้างมาตรฐานการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างจริงจัง รวมไปถึงการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้น่าอยู่น่าอาศัย จากการจัดระเบียบของพื้นที่ การรักษาความสะอาด และการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงาม การใช้ที่ดินและพื้นที่ว่างเปล่าอย่างคุ้มค่า และเกิดความมีชีวิตชีวาจากกิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการที่เกิดขึ้นในพื้นที่

[28] UNWTO (2012)

[29] มูลนิธิ สอวน. (2557)

ในทางกลับกัน ผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นมีตั้งแต่การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ จากการดัดแปลงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพื่อการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงปัญหามลพิษจากกิจกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ นับตั้งแต่อุตสาหกรรมการบิน ซึ่งปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศในปริมาณมหาศาล ไปจนถึงการพัฒนาปรับเปลี่ยนโครงสร้างและสัณฐานของเมืองจนทำให้เมืองสูญเสียเอกลักษณ์ที่มีมาแต่เดิม

ผลกระทบในมิติเศรษฐกิจ

ผลกระทบเชิงบวกในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โอกาสการจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นสำหรับคนในท้องถิ่น และนำมาซึ่งรายได้นอกภาคการเกษตรที่มีความไม่แน่นอนจากกลไกตลาด การสร้างรายได้จากกิจกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว รายได้เหล่านี้อาจนำกลับมาใช้ในการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น การไหลเวียนของเงินตราต่างประเทศในระบบเศรษฐกิจ รวมถึงจุดหมายปลายทางที่เป็นชุมชนในท้องถิ่น

ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ ค่าครองชีพสูงขึ้นจากการปรับตัวของสินค้าและบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นอาจได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจน้อยกว่ากลุ่มทุน การรั่วไหลของเงินสืบเนื่องจากวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการให้บริการการท่องเที่ยว ราคาที่ดินสูงขึ้นจนสร้างแรงกดดันให้กับคนในท้องถิ่นต้องละทิ้งถิ่นฐานเดิมไปอยู่ที่อื่น หรือต้องปรับเปลี่ยนที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวจนสูญเสียตัวตนและขาดความเป็นธรรมชาติ

ผลกระทบในมิติสังคมวัฒนธรรม

ในด้านสังคมวัฒนธรรมนั้น ผลกระทบเชิงบวกที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมไม่ให้สูญหายภายใต้ทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายจากการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาสังคมจากการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ในทางกลับกัน ผลกระทบเชิงลบมักเกิดขึ้นจากความวุ่นวายอันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่ชีวิตประจำวันของคนในชุมชน รวมถึงความแออัดของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการสูญเสียอัตลักษณ์และเอกลักษณ์จากการปรับเปลี่ยนตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป นอกจากนี้ โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนไปสู่การมุ่งหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวมากขึ้น ความสัมพันธ์แบบเครือญาติและภายในครอบครัวน้อยลง แรงงานจากต่างถิ่นเข้ามาแสวงหาประโยชน์จากการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมโดยรวม เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเด็นสำคัญที่เริ่มกล่าวถึงมากขึ้นในปัจจุบันคือผลกระทบของการท่องเที่ยวคือความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเกิดจากการกระจุกตัวของการลงทุนและรายได้ในเมืองท่องเที่ยว รวมถึงขาดการพัฒนาสินค้าและบริการที่จะช่วยสร้างโอกาสให้คนท้องถิ่นสามารถเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างเท่าเทียมกัน สำหรับในประเทศไทยนั้น ปัญหา

ดังกล่าวพบเห็นได้อย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงกว่า 1 ล้านคนต่อปี (กรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ พระนครศรีอยุธยา พังงา) ส่วนเมืองท่องเที่ยวระดับรองลงไปก็มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาลักษณะเดียวกันด้วยเช่นกัน[30]

หลักการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในการดำเนินงานวิจัยเชิงมุ่งเป้าครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ยึดหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปในปัจจุบัน คือ การวางแผนที่มุ่งสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ บริบทและเงื่อนไขด้านกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ โดยถือว่าการออกแบบพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่เมืองท่องเที่ยวต้องไม่ขัดกับคุณค่าหรือคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้พื้นที่นั้นเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมาเที่ยวอีก รวมทั้งผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวก็ต้องจัดสรรคืนกลับให้กับชุมชนในท้องถิ่นด้วย

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

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

[30] เทียมสูรย์ สิริศรีภักดี (2559)

จากการประมวลความรู้ด้วยการทบทวนวรรณกรรม และจากการวิเคราะห์กรณีศึกษาในโครงการวิจัยนี้ สามารถสรุปหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวชั้นนำได้ 6 ประการ ได้แก่

1. มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยว

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

2. สร้างเสริมประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำไม่ได้มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุด ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและถ่ายรูป แต่มีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการสร้างประสบการณ์ที่พิเศษ แท้จริงและเฉพาะบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถานที่ไปจนถึงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกันกับผู้คนในพื้นที่ ทั้งนี้ เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวมีอยู่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมืองท่องเที่ยวชั้นนำก็ต้องมีความเปิดกว้างและยืดหยุ่นมากพอที่จะปรับตัวได้ไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและออกแบบพื้นที่สาธารณะในเมือง ต้องเกื้อหนุนและส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ดังกล่าว

3. พัฒนาและออกแบบตามบริบท

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

4. ยกระดับคุณภาพเมือง

การพัฒนาและออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่เมืองที่ดีไม่ใช่เพียงแค่เข้าใจและกลมกลืนเข้ากับบริบทและสิ่งแวดล้อมรอบข้างเท่านั้น แต่ต้องยกระดับคุณภาพของพื้นที่และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปอีกได้ เนื่องจากการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำไม่ได้สร้างพื้นที่เมืองที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ที่ดีสำหรับคนที่อยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันในเมืองไปพร้อมกัน

5. มีกระบวนการที่ดี

กระบวนการวางแผนพัฒนาและออกแบบที่ดี ซึ่งมีการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้น เนื่องการจากการท่องเที่ยวเป็นการขับเคลื่อนโดยภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหลัก การวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวรวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาเมืองจึงต้องให้ผู้ประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น ในขณะเดียวกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในวงกว้างและขยายตัวเข้าไปในเขตชุมชน ย่อมมีผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนในพื้นที่ การวางแผนการท่องเที่ยวจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาเหล่านี้

6. เชื่อมโยงองค์ประกอบระดับภาค เมืองและชุมชน

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

ตัวอย่างเช่น ชุมชนเมืองบางแห่ง เช่น พื้นที่เมืองเก่าในเมืองเชียงใหม่ ภูเก็ตและลำปาง มีรูปแบบและเนื้อเมืองที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้วยการเดินเท้าหรือจักรยานและการพักค้างในโรงแรมขนาดเล็ก อีกทั้งยังไม่สามารถขยายขีดความสามารถในการรองรับได้โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของเมืองเดิม ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและความหนาแน่นของอาคารในเมืองมากเกินไป ก็อาจทำให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือความเป็นชุมชนดั้งเดิมหายไปได้ แต่ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวก็อยากมาเที่ยวมากขึ้น และมีความจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของเมืองให้มากขึ้น ในกรณีดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผน

โครงสร้างพื้นฐานและการใช้ประโยชน์ที่ดินในระดับเมือง ไปพร้อมกับการวางแผนพัฒนาแหล่งและเส้นทางการท่องเที่ยวในระดับภาคหรืออนุภาคที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ให้มากระจุกตัวมากเกินไปในพื้นที่เมืองเดิม ในงานวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แสดงตัวอย่างแนวคิดการวางแผนที่ผสมผสานยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ทั้งในระดับภูมิภาค เมืองและชุมชนไปพร้อมกัน

การวางแผนภาคในประเทศไทยที่ผ่านมายังไม่ถือว่าประสบความสำเร็จมากเท่าใดนัก เท่าที่พอมีผลลัพธ์เป็นรูปธรรมบ้างก็คือ การพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม อีกทั้งเนื้อหาของการวางแผนภาคมักเน้นไปด้านการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมเป็นหลัก ในด้านการท่องเที่ยวนั้น แม้ว่าอาจมีการวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวในระดับภาคและอนุภาคอยู่บ้าง แต่แทบไม่มีการวางแผนภาคใดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ดังนั้น หากการท่องเที่ยวยังคงมีความสำคัญกับเศรษฐกิจไทยเช่นนี้ต่อไปในอนาคต กระบวนการวางแผนภาคจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการวางบทบาทของเมืองในลำดับศักย์ที่ตอบรับกับความท้าทายด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การสรรค์สร้างสถานที่ในการออกแบบย่านท่องเที่ยว

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

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

ธรรมชาติตั้งอยู่ติดกับพื้นที่เมืองในจังหวัดภูเก็ต พื้นที่ภูเขาและแม่น้ำระหว่างประเทศตั้งอยู่ติดกับเมืองแม่สายและเชียงของ ทะเลน้อยอยู่ไม่ห่างจากเมืองพัทลุง ฯลฯ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักเยี่ยมเยือนสถานที่หลายรูปแบบในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และมีประสบการณ์ที่หลากหลายในแต่ละย่าน การออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวจึงต้องเข้าใจในความเชื่อมโยงดังกล่าว

ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเริ่มเข้าไปพักค้างและเยี่ยมเยือนในพื้นที่ชุมชนที่คนทั่วไปอยู่อาศัยและใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ทั้งที่พักแรมขนาดเล็กในรูปแบบโฮสเตลหรือโฮมสเตย์และร้านอาหารในชุมชนที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแอปพลิเคชันในการจองที่พักได้เปิดโอกาสให้เจ้าของบ้านและห้องชุดสามารถหารายได้จากห้องพักของตนเอง ย่านที่อยู่อาศัยจึงกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ย่านการค้าและย่านบันเทิงสำหรับคนท้องถิ่นในย่านชุมชนในเมืองใหญ่หลายแห่งได้กลายเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์เหมือนกับที่คนท้องถิ่นทั่วไปดำเนินชีวิตอยู่ ร้านค้าและร้านอาหารระดับชุมชนก็ได้รับอานิสงส์จากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ แม้ว่าย่านเหล่านี้อาจไม่คึกคักหรือมีนักท่องเที่ยวมากเหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาแต่เดิม แต่ก็ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีการวางแผน ออกแบบและบริหารจัดการที่ดีไม่แพ้กัน โดยเฉพาะเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความเป็นอยู่ของผู้คนที่มีมาแต่เดิมในท้องถิ่น ดังนั้น การออกแบบและพัฒนาพื้นที่เมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมแบบเดิม แต่ต้องรวมไปถึงพื้นที่ชุมชนอื่นอีกด้วย

ส่วนพื้นที่ศูนย์กลางเมืองนั้น โดยมากมีความหลากหลายของอาคารสถาปัตยกรรม กิจกรรมและผู้คนที่ทำให้เกิดความคึกคักและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว และมักเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่มีวิวัฒนาการมาเป็นเวลานานกว่าพื้นที่อื่นในเมือง อีกทั้งยังมักเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายและเชื่อมโยงระบบการขนส่งเดินทางที่สำคัญ พื้นที่เหล่านี้จึงมักกลายเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวโดยอัตโนมัติ ด้วยปัจจัยเกื้อหนุนเหล่านี้ ธุรกิจและบริการพื้นฐานที่รองรับการเที่ยว ทั้งโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร พิพิธภัณฑ์ และสนามกีฬา ไปจนถึงธนาคารและบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา จึงกระจุกตัวอยู่มากในพื้นที่ศูนย์กลางเมือง การออกแบบและพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางเมืองจึงแตกต่างจากพื้นที่อื่นในเมืองเดียวกัน พื้นที่ศูนย์กลางของแต่ละเมืองก็มีความแตกต่างกัน ศูนย์กลางเมืองในกรุงเทพมหานครย่อมแตกต่างจากนครนิวยอร์กและกรุงโตเกียว ศูนย์กลางเมืองภูเก็ตย่อมแตกต่างจากเมืองเชียงใหม่

ภาพลักษณ์และแบรนด์เมืองท่องเที่ยว

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

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

ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยว

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

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีที่มาจาก 2 ส่วนหลัก คือ (1) คุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งหมายรวมถึงการบริหารจัดการและการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทั้งช่วงก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้บริการท่องเที่ยว และ (2) การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งเกิดเป็นภาพในใจหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและนำไปสู่การตอบสนองของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ การตอบสนองอาจเกิดขึ้นก่อนการตัดสินใจ หรือระหว่างการใช้บริการ หรือภายหลังการใช้บริการก็ได้[31]

จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในองค์รวมข้างต้น สามารถนำมาแบ่งขอบเขตตัวกำหนดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในรายละเอียดปลีกย่อยได้[32] ดังนี้

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

[31] Niramansakul (2011) และ กุลดา เพ็ชรวรุณ (2556)

[32] Beerli and Martin (2004)

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

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่กำหนดของภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยว ล้วนเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของเมืองทั้งสิ้น องค์ประกอบเมืองเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาต่อยอดสู่ความเป็นแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวย่อมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าเมืองท่องเที่ยวทั่วไป

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

และได้รับการตอบรับที่ดี ย่อมทำให้เมืองนั้นสามารถแข่งขันกับเมืองอื่น ๆ ได้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวเก่าให้กลับไปเยี่ยมเยือนอีก

การพัฒนาแบรนด์ของเมืองเป็นโครงการที่เกี่ยวโยงกับการเมือง สังคม หรือวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นไปยังจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันและหาคำตอบให้กับการสร้างพันธะผูกพันของกลุ่มเป้าหมายหลักกับเมืองหรือย่าน ในการมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้การพัฒนาแบรนด์ยังต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการนำกลยุทธ์ในการพัฒนาแบรนด์ไปใช้ร่วมกัน ซึ่งมีขั้นตอนตามที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น อย่างไรก็ดีการพัฒนาแบรนด์ของเมืองหรือย่านเป็นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์สื่อสารที่ชัดเจน โดยอาศัยทั้งการปรับปรุงพื้นที่ไปจนถึงอนุรักษ์คุณของย่านหรือเมืองนั้นเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ในการสื่อสารที่แข็งแรงของพื้นที่ การพัฒนาแบรนด์ของเมืองยังเป็นการสร้างการตลาดที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายหลักของเมืองหรือย่านที่ชัดเจนขึ้นอีกด้วย เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและการสร้างการเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับเมืองหรือย่านนั้น ๆ ให้มากขึ้น

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

การสร้างแบรนด์เมือง

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

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

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

การสร้างแบรนด์เมืองจัดอยู่ในกลุ่มแนวคิดการสร้างแบรนด์ของพื้นที่ (place branding) ซึ่งรัฐบาลหน่วยงานราชการหรือองค์กรของแต่ละพื้นที่พยายามสร้างขึ้นสำหรับพื้นที่ที่ตนเองรับผิดชอบ ทั้งในระดับประเทศระดับภูมิภาคและระดับเมือง แบรนด์ของพื้นที่นี้มีองค์ประกอบที่สามารถรับรู้ได้ทั้งการมองเห็น (visual) การพูดและรับฟัง (verbal) และพฤติกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มคนในพื้นที่ที่ต้องการสร้างแบรนด์ แต่ละแบรนด์มีอิทธิพลและแรงโน้มน้าวกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายแตกต่างกันไป แต่ละแห่งก็ใช้แนวทางและวิธีการที่หลากหลายในการโน้มน้าวความคิดและความพึงพอใจเกี่ยวกับพื้นที่ให้ดีขึ้น[33] การรณรงค์และการโฆษณาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนพยายามสร้างแบรนด์ขึ้นมาเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างใกล้ตัวในประเทศไทยที่เห็นได้ชัดคือสโลแกน “Amazing Thailand” ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้มาหลายสิบปีแล้ว

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

[33] Zenker and Braun (2017) p. 275

[34] Athenscocreation (2013)

การพัฒนาแบรนด์เมืองจึงเป็นความพยายามอย่างตั้งใจในการเปลี่ยนหรือพัฒนาภาพลักษณ์ของเมือง โดยเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่ได้นำเสนอเฉพาะสินค้าและการบริการธรรมดา แต่ให้คุณค่าที่ตอบรับกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์จึงไม่ใช่เพียงการประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่รวมไปถึงการจัดการ จัดระบบและประสานองค์ประกอบและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของเมือง ในการพัฒนาและบริหารแบรนด์เมืองให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานของเมือง คุณภาพของการบริการในท้องถิ่น รวมไปถึงการออกแบบสถาปัตยกรรมและพื้นที่สาธารณะที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน[35]

นอกจากนี้แล้ว การรับรู้ในเรื่องแบรนด์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์[36] โดยเฉพาะแบรนด์ของเมือง ทั้งนี้ความแข็งแกร่งของแบรนดจะสัมพันธกับคุณภาพของการรูจักแบรนดผานกระบวนการสื่อสารโดยอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธเพื่อใหกลุมเปาหมายเกิดการระลึกถึงและจดจำแบรนดและจุดสัมผัสแบรนด (brand touchpoints) หรือการมีสวนรวมของแบรนดในกลุมเปาหมาย ดังนั้น การไดพบเห็นและรับขอมูลขาวสารอยางตอเนื่องจะทำใหเกิดการรูจักและจดจำในสิ่งที่มีความเกี่ยวของกับแบรนดนั้นไมวาจะ เปนสิ่งตอบแทนที่จะไดรับหรือความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในใจของกลุมเปาหมายสงผลใหเกิดการรับรูแบรนดซึ่งนำไปสูการสรางความแข็งแกรงใหกับแบรนด[37]

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

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

[35] Rainisto (2003)

[36] Keller (2002)

[37] Tschirhart (2002)

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

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

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

แสนยูโรในปีต่อ ๆ มา เพื่อให้องค์กรนี้ดำเนินงานด้านการส่งเสริมทรัพย์สินด้านเศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภายภาพของเมือง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานของเมือง

การบริหารจัดการแบรนด์ ONLYLYON นี้มีองค์ประกอบหลัก 4 ส่วน ได้แก่ (1) การตลาดและโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชนทั่วไปและเครื่องมือการตลาดทางเว็บ (web marketing tool) โดยเฉพาะทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก (2) งานประชาสัมพันธ์ที่มีพื้นที่เฉพาะเจาะจงเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักลียงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมและองค์ประกอบของเมืองที่โดดเด่นของเมืองลียง ทั้งงานแสงสีเสียง นวัตกรรม การผังเมืองและวัฒนธรรม (3) เครือข่ายทูต ONLYLYON ที่เดินทางไปยังทำงานหรือติดต่อธุรกิจในพื้นที่อื่น ๆ อยู่แล้ว ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมแบรนด์ ONLYLYON และ (4) ร่วมกิจกรรมกับเมืองอื่น ๆ ที่สำคัญในยุโรป เพื่อแพร่ขยายแบรนด์[38] การพัฒนาแบรนด์ของเมืองลียงถือว่าประสบความสำเร็จมาก ได้ทำให้เมืองได้รับการกล่าวถึงและความนิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยวและนักลงทุน

ส่วนในประเทศญี่ปุ่นก็ได้สร้างแบรนด์เมืองหรือจังหวัดด้วยการสร้างตุ๊กตาสัญลักษณ์หรือคาแรกเตอร์ที่เป็นตัวแทนของเมืองหรือพื้นที่นั้น ตัวอย่างที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักทั่วไปแม้ในประเทศไทยคือ คุมะมง ซึ่งเป็นมาสคอตหมีเพศผู้ ซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นในจังหวัดคุมะโมะโตะทางภาคใต้ของญี่ปุ่นได้ออกแบบและเปิดตัวใช้ในพ.ศ. 2553 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด เมืองอื่นในประเทศญี่ปุ่นก็ได้พัฒนาตุ๊กตาสัญลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นมา และใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบรนด์เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น กระบวนการสร้างแบรนด์ในบางเมืองได้เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและตัดสินใจ จึงเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคน รวมถึงความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบกับท้องถิ่นของตนอีกด้วย

แบรนด์เมืองท่องเที่ยว

แบรนด์เมืองท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแบรนด์สินค้าและบริการตรงที่มีองค์ประกอบหลากหลายกว่าและมีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นตัวตนของเมืองท่องเที่ยวนั้น เช่น ผู้คน สังคมวัฒนธรรม ประเพณี และความปลอดภัย ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเกื้อกูลกันเพื่อประกอบกันเป็นแบรนด์เมืองท่องเที่ยวทั้งสิ้น ทั้งนี้ ความเป็นแบรนด์เมืองท่องเที่ยวอาจสร้างขึ้นผ่านช่องทางการสื่อสาร และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาพูดคุยระหว่างเพื่อนหรือบุคคลที่เคยไปท่องเที่ยวมาแล้ว หรือผ่านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

[38] SmartCitiesTeam (2013)

คำว่า “แบรนด์เมืองท่องเที่ยว” มีหลายนิยามด้วยกัน นิยามหนึ่งคือ แบรนด์จุดหมายปลายทางหรือแบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่เป็นชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย คำพูด หรือรูปภาพที่ทั้งให้คำจำกัดความและแสดงความแตกต่างของเมืองจุดหมายปลายทาง และยังแสดงถึงคำมั่นสัญญาของประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำอันเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของเมืองจุดหมายปลายทาง[39] อีกนิยามหนึ่งของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวคือ เป็นคำหรูหราที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงโดยรวมของประเทศ ที่กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มธุรกิจ กลุ่มวัฒนธรรม รัฐบาลและประชาสังคม ได้ร่วมกันผลักดันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น[40]

แนวคิดการสร้างแบรนด์เมืองท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างแบรนด์เมือง (city branding) กล่าวคือ การสร้างแบรนด์เมืองเป็นการวางตำแหน่ง (positioning) ของเมืองให้มั่นคงท่ามกลางการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างเมืองหรือประเทศต่าง ๆ โดยที่เมืองจะต้องสร้างรูปแบบที่หนักแน่น มีแก่นที่แน่ชัดและนำไปสู่ความสนใจและความต้องการของผู้คนมากยิ่งขึ้น[41] ตามแนวคิดนี้ แบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวมีประโยชน์ในแง่ของการแข่งขัน โดยการสร้างความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ด้วยการนำเสนอตัวตนของเมืองที่ชัดเจน โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวที่ก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองระดับโลก (global city) การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนของเมืองยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ด้วย โดยภาคผนวกของรายงานนี้สรุปประสบการณ์ตัวอย่างในกรณีศึกษา 5 แห่งคือ เมืองนิวยอร์ก เมืองบาร์เซโลนา ฮ่องกง กรุงโซล และเมืองซิดนีย์

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

การพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

เมืองท่องเที่ยวเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและเป็นที่รองรับการพักแรมของนักท่องเที่ยว และการอยู่อาศัยและการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมของผู้อยู่อาศัยในเมืองทั่วไป การท่องเที่ยวจึงทำให้เมืองนั้นกลายเป็นศูนย์กลาง

[39] Richie and Richie (1998)

[40] Anholt (2008)

[41] Mommas (2003)

การบริการที่ต้องการแรงงานสนับสนุนเป็นจำนวนมาก กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองอาจมีช่วงเวลาที่แตกต่างจากเมืองทั่วไป ทำให้เมืองท่องเที่ยวอาจมีความคึกคักตลอด 24 ชั่วโมง กิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในหลายรูปแบบในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้การใช้สอยพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยวจึงเป็นไปอย่างหลากหลายและมีความคุ้มค่า

แนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวกำหนดได้ตามเกณฑ์การพัฒนาใน 5 ด้าน[42] ดังนี้

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

[42] พนิต ภู่จินดา และ ยศพล บุญสม (2559)

เท้า ด้านปลายสุดอาจเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายระหว่างระบบสัญจรเบากับระบบคมนาคมขนส่งแบบมีเครื่องยนต์ ส่วนเส้นทางสำหรับการลำเลียงสินค้าและวัตถุดินเพื่อการท่องเที่ยว ควรอยู่หลังอาคาร เส้นทางทุกเส้นควรมีความชัดเจนตรงไปตรงมาและสามารถใช้งานได้หลากประโยชน์ อีกทั้งยังต้องมีความกว้างมากพอที่จะรองรับการขนส่งในยามฉุกเฉินได้ด้วย

4) **เกณฑ์การพัฒนาด้านที่โล่งสาธารณะ** พื้นที่โล่งสาธารณะเป็นพื้นที่สำหรับสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับกิจกรรมต่าง ๆ และใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ และเพื่อป้องกันภัยพิบัติ โดยจัดวางพื้นที่ให้เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์กลางทั้ง 3 แห่งในตำแหน่งที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย พื้นที่โล่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ ส่วนพื้นที่โล่งสาธารณะสำหรับประชากรเมืองอาจมีลักษณะกระจายตัวไปในชุมชนต่าง ๆ ตามลำดับศักย์

5) **เกณฑ์การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ** เนื่องจากเมืองท่องเที่ยวมีผู้ใช้งานในพื้นที่ 2 กลุ่มที่ต้องการสาธารณูปโภคสาธารณูปการที่แตกต่างกัน จึงต้องแยกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศูนย์กลางนันทนาการและบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงที่พักของนักท่องเที่ยวจะต้องมีสาธารณูปโภคมากกว่าความต้องการปกติ ส่วนสาธารณูปการต้องการการบริการขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานสากลและตั้งอยู่ในตำแหน่งที่คนต่างถิ่นสามารถเข้าถึงได้สะดวก ส่วนที่อยู่อาศัยของประชากรจะเน้นการบริการที่ได้มาตรฐานสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน มีสาธารณูปการกระจายตัวไปตามศูนย์กลางชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการพื้นฐานได้อย่างสะดวก รวมถึงการเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพลังงานทดแทนและการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ด้วย

นอกจากการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแล้ว การออกแบบพื้นที่เมืองถือว่าเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาเมืองให้มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์และความสวยงามที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว[43] การออกแบบเมืองโดยทั่วไปมีหลักการสำคัญอยู่พอสมควร ซึ่งเกินขอบเขตของการทบทวนวรรณกรรมนี้ แต่ก็มีพื้นฐานบางประการที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบเมืองท่องเที่ยว[44] ดังนี้

1. การพัฒนาเนื้อเมืองและอาคารที่เหมาะสม โดยกำหนดประเภทอาคารและปรับเปลี่ยนการใช้งานอาคารให้สอดรับกับการพัฒนาที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม อาคารเก่าที่มีเอกลักษณ์ต้องรักษารายละเอียดของสถาปัตยกรรมและเพิ่มกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมชุมชน ส่วนอาคารทั่วไปสามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตามความเหมาะสม หากเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรกำหนดระยะถอยร่นแนวอาคารสูงให้ห่างจากแหล่งธรรมชาติพอสมควร เช่น ห่างจากชายหาดไม่น้อยกว่า

[43] ธงชัย โรจนกนันท์ (2557)

[44] พนิต ภู่จินดาและยศพล บุญสม (2559)

50 เมตร เพื่อความปลอดภัยเมื่อเกิดภัยพิบัติ รวมถึงการออกแบบอาคารต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่นั้น ๆ

2. การพัฒนาการเชื่อมต่อและทางสัญจร อาจเพิ่มพื้นที่สัญจรทางเท้าและทางจักรยาน เพื่อลดปริมาณการใช้รถยนต์ รวมถึงปรับปรุงเส้นทางขนส่งสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงพื้นที่ได้ง่าย นอกจากนี้ อาจสร้างพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างการเดินทางรูปแบบต่าง ๆ เช่น ระหว่างทางเดินทางเท้ากับที่จอดรถสำหรับผู้ขับขี่รถยนต์ ทั้งนี้ หากมีอาคารสูง ควรมีทางเท้ายกระดับเพื่อเชื่อมอาคารสูงเข้ากับระบบขนส่งสาธารณะเพื่อให้การเดินเท้ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
3. การพัฒนาพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวในเมืองทำให้เมืองมีความร่มรื่น น่าอยู่ น่าเดินมากขึ้น การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมือง ส่วนหนึ่งเพื่อการลดเกาะความร้อนในเมือง (urban heat island) โดยใช้พื้นที่โล่งว่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์และใช้เป็นพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะเพื่อทำกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้เป็นพื้นที่หน่วงน้ำ พื้นที่ซึมน้ำ และบำบัดนำโดยวิธีธรรมชาติ รวมถึงใช้เป็นพื้นที่ป้องกันการรุกล้ำพื้นที่ธรรมชาติและภัยพิบัติด้วย

- การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอาจเพิ่มองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น การสร้างจุดหมายตา (landmark) เพื่อสร้างภาพจำให้กับเมือง การออกแบบองค์ประกอบถนน (street furniture) ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ของเมืองไปพร้อมกับเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ทางเดินเท้า ฯลฯ

การออกแบบเมือง (urban design) เริ่มมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว เมื่อการท่องเที่ยวพัฒนาสู่การเป็นธุรกิจการท่องเที่ยว (tourism industry) อย่างเต็มรูปแบบ โดยเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของธุรกิจการท่องเที่ยว 3 ส่วนด้วยกัน คือ สิ่งดึงดูดใจ การบริการจากอุตสาหกรรม และการบริการสาธารณะ[45] เมื่อเมืองพัฒนาขึ้นเป็นเมืองท่องเที่ยว การออกแบบเมืองที่ตอบสนององค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวจะมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมืองโดยรวมเสมอ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรง โครงสร้าง ภูมิทัศน์ รวมถึงภาพลักษณ์ของเมือง อีกทั้งกระแสโลกาภิวัตน์ได้ผลักดันให้หลายเมืองก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองระดับโลก (global city) ผ่านการท่องเที่ยว จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันด้วยการก่อสร้างอาคารและสถาปัตยกรรมขึ้นใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นการสร้างสรรค์สัญลักษณ์ให้กับเมืองด้วยความเชื่อที่ว่าเมืองที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดจินตภาพได้ดี (image-ability) ย่อมเกิดจากการออกแบบและวางแผนเพื่อจัดระเบียบสภาพแวดล้อมให้เกิดสัญลักษณ์ของเมือง โดยไม่ปล่อยให้เป็นไปตามสภาพการณ์ที่ไร้ระเบียบแบบแผน ขณะเดียวกัน ก็อนุรักษ์สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมไปพร้อมกับการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่เป็น

[45] มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2555)

สัญลักษณ์ใหม่ของเมือง ด้วยการท่องเที่ยวยุคปัจจุบันมุ่งเน้นประสบการณ์การท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เป็นหลัก จึงต้องอาศัยการประกอบสร้างองค์ประกอบเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำที่นำไปสู่การเกิดระบบมโนทัศน์หรือเป็นจินตภาพของเมือง

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวมี 3 รูปแบบสำคัญ[46] ดังนี้

การออกแบบเมืองเพื่อจินตภาพสาธารณะของเมือง

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมุ่งเน้นการสร้างจินตภาพสาธารณะของเมือง โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ เส้นทาง (path) เส้นขอบ (edge) ย่าน (district) ชุมทาง (node) และภูมิสัญลักษณ์ (landmark) หากจัดระเบียบอย่างเหมาะสม ก็ย่อมจะก่อให้เกิดคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ (identity) เชิงโครงสร้าง (structure) และเชิงความหมาย (meaning) ที่นำไปสู่การเกิดจินตภาพของเมืองตามที่เควิน ลินซ์ (Kevin Lynch) เสนอไว้ในหนังสือชื่อ The Image of The City[47] จินตภาพสาธารณะที่เกิดขึ้นในเมืองอย่างกรุงลอนดอนกับกรุงปารีส ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่ดี เนื่องจากความแตกต่างในการวางผังด้วยการใช้เส้นทางและภูมิสัญลักษณ์ ทำให้ผู้มาเยือนเกิดโอกาสการรับรู้และเกิดจินตภาพที่แตกต่างกัน หรือการสร้างโอกาสการรับรู้

ความเชื่อในแนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของการตัดสินใจในการออกแบบและพัฒนาเมืองที่อาจมีข้อโต้แย้งได้ เช่น การให้ความสำคัญกับงานสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าอย่างเช่น โลหะปราสาท ทำให้ต้องรื้อถอนโรงภาพยนตร์ศาลาเฉลิมไทยออก และปรับปรุงพื้นที่บริเวณนั้นทั้งหมดเพื่อก่อสร้างพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ นับเป็นการเปิดมุมมองและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงวัดราชนัดดาราม โลหะปราสาท และเชื่อมต่อกับจุดสำคัญอื่น ๆ ในบริเวณถนนราชดำเนินหรือเกาะรัตนโกสินทร์ โครงการออกแบบและพัฒนาเมืองในรูปแบบนี้อาจสร้างความต่อเนื่องของเส้นทางท่องเที่ยว โดยสร้างความเชื่อมโยงในระยะใกล้ระหว่างกิจกรรมประเภทเดียวกันด้วยทางเดินในสวน หรือการขนส่งแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีพื้นที่กิจกรรมกลางแจ้งกระจายอยู่ทั่วทั้งศูนย์กลางเมือง ซึ่งต่อเนื่องกลมกลืนทั้งกิจกรรมภายในและภายนอกอาคาร รวมถึงมองเห็นต่อเนื่องกันได้ตลอดทั้งย่านหรือพื้นที่ท่องเที่ยว การออกแบบดังกล่าวจะทำให้พื้นที่กลางเมืองสามารถใช้งานได้ทุกสภาวะอากาศและตลอดช่วงเวลาของวัน[48] อย่างไรก็ตาม แนวคิดในการออกแบบดังกล่าวก็สื่อถึงการตัดสินใจเลือกระหว่างสถาปัตยกรรมรูปแบบหนึ่งกับอีกรูปแบบหนึ่ง ตามความเชื่อหรือความนิยมของคนที่มีอำนาจในการตัดสินใจในแต่ละยุคสมัยนั้น

[46] วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2554) และ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2557)

[47] Lynch (1960)

[48] พนิต ภู่จินดา และยศพล บุญสม (2559)

การออกแบบเมืองเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมือง

อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม รวมถึงย่านชุมชนเก่าที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมควรแก่การอนุรักษ์ไว้เพื่อสะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์ของเมือง รวมถึงพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาและจิตวิญญาณของชาวชุมชนเมือง หากมีคุณค่าตามเกณฑ์มาตรฐานสากลในด้านการอนุรักษ์ก็อาจเสนอให้องค์การยูเนสโกพิจารณารับขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกต่อไปได้ การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใส่ลงไปในพื้นที่เก่าเพื่อทดแทนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ลดลง[49] การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองไปพร้อมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมในหลายประเทศ ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมการออกแบบเมืองบางอย่างอาจเกิดขึ้นภายใต้การรักษาความจริงแท้ (authenticity) และคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมให้มากที่สุด การออกแบบเมืองเพื่อการฟื้นฟูเมืองมี 3 แบบ คือ การรื้อถอนและสร้างขึ้นมาใหม่ (urban redevelopment) การปรับปรุงพื้นที่ (urban rehabilitation) และการอนุรักษ์ (urban conservation) สำหรับเฉพาะด้านการอนุรักษ์มีทางเลือกของแนวทางการพัฒนาที่อาจจะสรุปได้ 5 รูปแบบด้วยกัน[50] ดังนี้

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

จะเห็นได้ว่าแต่ละทางเลือกจะเน้นการมองย่านอนุรักษ์แบบเป็นองค์รวมและอาศัยความกลมกลืนในการออกแบบก่อสร้างหรือปรับปรุงอาคารสำคัญ วิธีการออกแบบในแต่ละทางเลือกก็มีความยากง่ายแตกต่างกัน ทั้งนี้การเลือกแนวทางการพัฒนาอาจขึ้นอยู่กับรสนิยมของกลุ่มและผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในพื้นที่นั้นด้วย

[49] โครงการพิทักษ์มรดกสยาม (2555)

[50] ยงธนิศร์ พิมลเสถียร (2556)

การออกแบบเมืองเพื่อเป็นสัญลักษณ์ใหม่ของเมือง

เมืองที่มีชื่อเสียงในระดับโลกมักจะมีอาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่มีความโดดเด่นทางสถาปัตยกรรมและใช้เป็นสัญลักษณ์ของเมืองที่เรียกว่า “สถาปัตยกรรมสัญลักษณ์” (iconic architecture) ส่วนใหญ่มักจะมีความสูงและขนาดที่แตกต่างจากบริบท ตัวอย่างเช่น หอไอเฟลแห่งกรุงปารีส อาคารไครสเลอร์ในนครนิวยอร์ก อาคารแฝดปิโตรนาส กรุงกัวลาลัมเปอร์ อาคารพิพิธภัณฑ์กุกเกนไฮม์ (Guggenheim) เมืองบิลเบา (Bilbao) ประเทศสเปน งานสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ที่มีความโดดเด่นจะทำให้เกิดภาพจำและเกิดเป็นจินตภาพสาธารณะของเมืองเช่นเดียวกับการออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบแรก บางเมือง สถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ได้กลายเป็นภูมิสัญลักษณ์ (landmark) ที่ผู้มาเยือนจดจำและใช้เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณเดียวกัน ส่งผลให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความต่อเนื่องและเกิดความเข้าใจในความเป็นเมือง (urbanism) ที่สะท้อนความคิด ความเชื่อ และเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งในอดีตและปัจจุบันของเมืองนั้น ๆ[51]

นอกเหนือจากสถาปัตยกรรมสัญลักษณ์ที่เป็นผลงานการออกแบบของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของแต่ละเมืองแล้ว การออกแบบเมืองที่มักใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ใหม่ของเมืองและดึงดูดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะก็คือสถาปัตยกรรมแบบลอกเลียน (pseudo-places) ซึ่งมีตั้งแต่ระดับสิ่งก่อสร้างเดี่ยว ระดับกลุ่มอาคาร จนกระทั่งถึงระดับเมือง สิ่งก่อสร้างเหล่านี้ไม่ได้อิงอยู่กับความจริงแท้เท่าใดนัก แต่สามารถสร้างความนิยมจากนักท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะอิทธิพลของสื่อ ตัวอย่างเช่น เมืองจำลองที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ นักท่องเที่ยวเพียงแค่อยากมาเที่ยวชมและเปรียบเทียบกับฉากยอดนิยมในภาพยนตร์เท่านั้น หรือสนุกสนานเพลิดเพลินกับการแสดงออกซึ่งไลฟ์สไตล์หรือตัวตนผ่านการถ่ายภาพและใช้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นฉากหลัง เป็นต้น การใช้สถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนได้รับแรงสนับสนุนจากการยกเหตุผลทำนองว่า ผู้คนในอดีตก็สร้างอาคารที่มีสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกมากมายที่ไม่สัมพันธ์กับบริบทของไทย เช่น พระที่นั่งอนันตสมาคม เป็นต้น สถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนจึงไม่น่าจะเป็นปัญหาสำหรับการท่องเที่ยวแต่อย่างใด แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดทางประวัติศาสตร์แล้ว จะพบว่าสถาปัตยกรรมตะวันตกในอดีตเมื่อร้อยกว่าปีนั้นถูกสร้างขึ้นบนปัจจัยที่สัมพันธ์กับบริบททางการเมืองยุคล่าอาณานิคม แตกต่างจากสถาปัตยกรรมแบบลอกเลียนในปัจจุบันที่สร้างขึ้นโดยตัดขาดจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง[52] ส่งผลให้เมื่อหมดกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว สิ่งก่อสร้างเหล่านี้อาจจะกลายเป็นที่รกร้างหรือเมืองร้างดังเช่นเมือง Anting German Town เมืองท่องเที่ยวสไตล์เยอรมันในประเทศจีน เป็นต้น

[51] ธงชัย โรจนกนันท์ (2557)

[52] วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ (2559) ชาตรี ประกิตนนทการ (2559) และ โตมร ศุขปรีชา (2559)

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวข้างต้นมีวัตถุประสงค์และเงื่อนไขในการใช้ออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ไม่มีสูตรตายตัวที่เจาะจงไว้ว่าควรจะใช้การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ควรใช้ผสมผสานกันเพื่อให้เกิดความกลมกลืน หากพิจารณาตามแนวคิดที่ว่าการสร้างความกลมกลืนเกิดจากการหลอมรวมกระบวนทัศน์การพัฒนาซึ่งต้องมีทั้งพื้นที่สมัยใหม่ที่เป็นเรื่องของการพัฒนาเชิงวัตถุหรือกายภาพ การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของเมือง รวมถึงการยอมรับความหลากหลายของเมืองที่อาจมีลักษณะคล้ายคลึงกับซุปเปอร์มาร์เก็ตหรือสมุดสะสมภาพ โดยการเปิดพื้นที่ให้กับความสนใจและอัตลักษณ์ของผู้คนที่หลากหลาย[53]

การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบแรกอาจเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี เนื่องจากเป็นการสร้างจินตภาพสาธารณะของเมืองจากการเปิดพื้นที่และเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของจอห์น เออร์รี ที่เสนอไว้ว่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเน้นหนักไปที่เรื่องกายภาพ[54] การท่องเที่ยวเป็นการบริโภคด้วยสายตา หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวรับใช้วัฒนธรรมทางสายตา อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับโรงมหรสพที่จำเป็นต้องลดทอนความเป็นจริงลงไปบ้าง เพื่อเพิ่มความสวยงามและความน่าตื่นตาตื่นใจ จินตภาพสาธารณะจึงเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ส่วนการออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอีกสองรูปแบบที่เหลือมีจุดร่วมที่คล้ายคลึงกัน คือ การคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมากขึ้น แต่มีข้อแตกต่างตรงที่แบบที่สองนั้นให้ความสำคัญกับความจริงแท้ (authenticity) น้อยลง แต่การอนุรักษ์มีความหมายและแข็งแกร่งมากพอที่จะใช้เป็นเหตุผลในการโต้แย้งกลุ่มผู้ลงทุนที่นิยมการรื้อถอนหรือไม่ใส่ใจกับปัญหาทัศนียภาพ ส่วนแบบสุดสุดท้ายนับว่าเป็นความจริงแท้ที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่เพื่อสร้างการรับรู้จากการสร้างสรรค์สัญลักษณ์ใหม่ของเมืองท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นการลอกเลียนแบบมาเพื่อประกอบสร้างความจริงแท้ขึ้นใหม่ก็ตาม แต่กระนั้นก็ต้องอิงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมบ้าง เพื่อไม่ให้เกิดการรับรู้ที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงมากเกินไปนัก

ปัญหาที่พบในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

การที่พื้นที่เมืองบางแห่งได้ปรับตัวไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนบทบาทของศูนย์กลางด้านพาณิชยกรรมให้เป็นศูนย์กลางการบริการท่องเที่ยว[55] และพึ่งพารายได้จาก “คนนอก” (นักท่องเที่ยว) ทดแทนหรือควบคู่กับรายได้จากคนในท้องถิ่น คุณประโยชน์สำคัญประการหนึ่งคือ การเพิ่มความหนาแน่นของกิจกรรมในเมืองจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวและแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองชั้นในที่เสื่อมโทรมไปตาม

[53] ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ (2552) Harvey (1990) และ ปิยะพงษ์ บุษบงก์ (2557)

[54] Urry (2002)

[55] ธงชัย โรจนกนันท์ (2557)

กาลเวลา การฟื้นฟูเมืองด้วยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว นอกจากจะช่วยเพิ่มความหนาแน่นและประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารเก่าให้สูงขึ้นแล้ว ยังช่วยให้เมืองมีชีวิตชีวาและเศรษฐกิจชุมชนกลับมาคึกคัก จากการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการรูปแบบต่าง ๆ ดังเช่นกรณีผู้ว่าการกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ตัดสินใจยกเลิกทางด่วนที่หมดสภาพและฟื้นฟูคลองโบราณที่มีชื่อว่า “ชองเกชอน” ให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ดึงดูดผู้คนทั้งผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยวในระดับโลก ส่งผลให้พื้นที่โดยรอบหันมาปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อมเมือง

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวและสร้างรายได้อาจสร้างผลกระทบเชิงลบตามมาได้เช่นกัน ปัญหาหนึ่งคือพื้นที่ของผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมมีแนวโน้มลดลง บางส่วนถูกเบียดขับออกไปสู่พื้นที่นอกเมืองเนื่องจากมีค่าครองชีพที่ต่ำกว่าเมืองท่องเที่ยว เช่น เมืองหลวงพระบาง เป็นต้น รวมถึงถูกเบียดใช้สาธารณูปโภคที่มีอยู่อย่างจำกัดและส่งผลให้เมืองเริ่มไม่น่าอยู่ขึ้นทุกขณะ ผลกระทบดังกล่าวเรียกว่า “เจนทริฟิเคชั่น” (gentrification) ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงสังคมที่เกิดสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพ ที่สำคัญ หากการพัฒนาเมืองไร้การควบคุมทางผังเมืองอย่างรัดกุม การท่องเที่ยวจะเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดการเติบโตแบบไร้ทิศทางและการกลายเป็นเมืองที่ไปลดทอนความสมบูรณ์ของพื้นที่สีเขียวหรือพื้นที่เกษตรโดยรอบและส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารของเมือง

นอกจากการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดปัญหาด้านกายภาพของเมืองแล้ว ก็อาจมีปัญหาด้านสังคมด้วย คำว่า “เมืองที่ถูกเที่ยว” เป็นคำที่ใช้แทนภาพความเปลี่ยนแปลงในเชิงสังคมวิทยาของเมืองท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี[56] การออกแบบเมืองที่สร้างขึ้นเพื่อมุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวบางส่วนได้ก่อให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริงของเมืองหรือทำลายอัตลักษณ์เดิมของเมือง จนบางครั้งก่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานที่คลาดเคลื่อน ดังในกรณีแหล่งท่องเที่ยวแบบลอกเลียนที่สร้างขึ้น เช่น ตลาดน้ำที่เมืองพัทยา เป็นต้น[57] การที่เมืองท่องเที่ยวคลาคล่ำไปด้วยนักท่องเที่ยว แรงงานต่างถิ่น และกลุ่มทุนจากภายนอกย่อมจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมอันเป็นเสน่ห์ของเมืองนั้น ๆ โดยเฉพาะรูปแบบความสัมพันธ์ของคนที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การตรึงราคาสินค้าของพ่อค้าแม่ค้าเพื่อมุ่งขายให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก จนทำให้คนในท้องถิ่นไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ หรือการที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มทุนจากภายนอก[58] ส่งผลให้ท่าทีของคนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับผู้มาเยือนและกลุ่มทุนจนเกิดปัญหาความขัดแย้งในที่สุด เป็นต้น

[56] อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2559)

[57] ธงชัย โรจนกนันท์ (2557)

[58] ปิยะพงษ์ บุษบงก์ (2557)

อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงในเชิงสังคมวิทยาใช่ว่าจะมีแต่โทษเสมอไป หลายเมืองสามารถใช้การออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในการพัฒนาเมืองและกระจายความเจริญสู่ศูนย์กลางเมืองในภูมิภาค ส่งผลให้มีพื้นที่สาธารณะที่ตอบสนองความต้องการของคนหลายกลุ่ม สร้างความมีชีวิตชีวา และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในเมือง ในขณะเดียวกันก็ยังคงเอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมเอาไว้ได้เป็นอย่างดี เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น แม้ว่าบางแห่งจะไม่สามารถคงสภาพสังคมและวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ แต่การออกแบบเมืองเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์ของย่านจะช่วยให้เกิดการรักษามรดกความทรงจำและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงเป็นการผสมผสานสังคมแบบร่วมสมัยให้เกิดขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวได้[59] นอกจากนี้ เมืองท่องเที่ยวหลายแห่งยังรู้จักใช้การออกแบบเมืองในการสร้างการจดจำให้กับเมือง ในระดับโลกได้ เช่น เมอร์ไลออน ประเทศสิงคโปร์ ลอนดอนอาย ประเทศอังกฤษ เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัญหาด้านกายภาพของเมืองที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเกี่ยวพันกับปัญหาเชิงสังคมในเมืองท่องเที่ยวอย่างแยกกันไม่ออก เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดความขัดแย้งและการต่อต้านทางสังคมได้เช่นกัน ตัวอย่างดังในกรณีผู้อาศัยในย่านเทียงบารูห์ของประเทศสิงคโปร์ที่เริ่มลุกขึ้นมาต่อต้านและแสดงออกในลักษณะว่า ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่เพื่อไม่ให้กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวโดยที่ผู้อยู่อาศัยเดิมอยู่ไม่ได้[60]

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

[59] เอกอนันต์ จันทร์เอี่ยม (2547)

[60] พศุตม์ ลาศุขะ (2559)

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทย

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทยโดยตรงมีอยู่ไม่มากนัก ตัวอย่างเท่าที่สืบค้นมาได้บางส่วนมีดังนี้

เทียมสูรย์ สิริศรีศักดิ์ และกฤษณะ แพทย์จะเกร็ง (2559) ได้ปริทัศน์สถานภาพความรู้เรื่องความเหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยว ผลการศึกษาบางส่วนพบว่า ช่องว่างของงานวิจัยเกี่ยวข้องกับความเหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยวมี 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านความเท่าเทียมทางเพศ ด้านผู้สูงอายุและคนพิการ และด้านแรงงาน นอกจากนี้ เมื่อเชื่อมโยงประเด็นความเหลื่อมล้ำจากการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไทยทั้ง 8 ประเด็น พบว่า การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญทางด้านรายได้และเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลต่อการสร้างความเหลื่อมล้ำในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางดานกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและมลพิษ ด้านแรงงาน และด้านความเท่าเทียมทางเพศ ซึ่งความเหลื่อมล้ำทางด้านแรงงานส่วนหนึ่ง สามารถส่งผลต่อเนื่องไปยังด้านความเท่าเทียมทางเพศ และทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น โอกาสการจ้างงาน และการดำเนินกิจกรรมตามวิถีชีวิตของแรงงานต่างถิ่นที่ย้ายถิ่นฐานเข้าสูงเมืองท่องเที่ยว เป็นต้น โดยการพัฒนาทางด้านกายภาพและโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อความเหลื่อมล้ำด้านผู้สูงอายุและคนพิการ และด้านพื้นที่สีเขียวและพื้นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่และบริการสาธารณะ และการพัฒนาที่ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับผลประโยชน์ที่ท้องถิ่นได้รับจากการท่องเที่ยว เป็นต้น

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

Niramansakul (2011) ได้ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวไทยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวไทยทั้งในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ในระดับดีขึ้นไป คือ สีสันของชีวิตยามค่ำ

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

สรุปท้ายบท

เนื้อหาในบทนี้ได้ทบทวนแนวคิดพื้นฐานที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเมืองกับการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ทั้งแนวคิดเมืองในฐานะที่เป็นพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวและแนวคิดเมืองท่องเที่ยว ไปจนถึงแนวคิดการสร้างแบรนด์ของเมืองที่มุ่งพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว และการออกแบบและพัฒนาเมือง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการรับมือและป้องกันปัญหาที่มักเกิดขึ้นกับเมืองที่ได้รับความนิยมด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น แนวคิดเหล่านี้จะเป็นพื้นฐานในการประมวลนโยบาย ยุทธศาสตร์และโครงการด้านการท่องเที่ยวที่ข้องกับการออกแบบและพัฒนาเมืองในประเทศไทย และการนำเสนอตัวอย่างยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาและออกแบบเมืองในกรณีศึกษาต่อไป

บทที่ 3 นโยบายและความท้าทายของเมืองท่องเที่ยวไทย

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

ภาพรวมนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเมือง

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2540-2544) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ที่สอดคล้องกับศักยภาพทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ[61]

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

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

เข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนดังเช่นเดิม แต่มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบให้เอื้อต่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจมากขึ้น[62]

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในระดับประเทศไทยในข้างต้น ประกอบกับการสัมภาษณ์และพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวได้ดังนี้

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

[62] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560)

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น และทำหน้าที่เป็นหน่วยประสานงานภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

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

รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่

บริบทหนึ่งของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคือนโยบายที่กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ โดยในที่นี้สามารถพิจารณาได้จากนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวนับตั้งแต่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 เป็นต้นมา โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2515-2519 ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2520-2534 ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2535-2544 และช่วงที่ 4 พ.ศ. 2545–ปัจจุบัน ตามรายละเอียดดังนี้[63]

<u>ช่วงที่ 1</u> พ.ศ. 2515-2519

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

[63] เทียมสูรย์ สิริศรีภักดี (2559)

ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2520-2534

การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่มีลักษณะเป็นการแบ่งเขตการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศูนย์การท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวที่เป็นบริวาร เพื่อให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวเป็นวงรอบได้ในแต่ละภูมิภาค เริ่มพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการจัดทำแผนการใช้ที่ดิน การรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว การควบคุมการก่อสร้างอาคาร การวางผังเมือง และการลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาลในด้านปัจจัยขั้นพื้นฐาน โดยให้ดำเนินงานอยู่ในขอบเขตจำกัดและสอดคล้องกับแผนพัฒนาภาคและเมือง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และสงขลา (หาดใหญ่) นอกจากนี้ยังขยายระบบขนส่งเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในระยะต่อไป ทั้งการตัดถนนวิภาวดีรังสิตเพื่อเข้าสู่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ (สนามบินดอนเมือง) และเพื่อให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวศูนย์กลางของภูมิภาคได้โดยสะดวก เป็นต้น

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

ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2535-2544

การพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้มีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เป็นรายภาค ดังนี้

- พื้นที่อนุภาคและพื้นที่ชายแดน เน้นการสร้างประตูการค้าเพื่อติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติเข้าสู่ชุมชนศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอินโดจีน กลุ่มประเทศอาเซียน และอื่น ๆ
- การพัฒนาพื้นที่ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเพื่อสนับสนุนการสร้างอาชีพและการมีงานทำของคนในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เน้นการกระจายความเจริญ และการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการติดต่อและร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อบ้านในด้านการลงทุน การค้า การท่องเที่ยว และโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐาน
- การพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ด้วยการเชื่อมโยงการขนส่งทางทะเลระหว่างทะเลอันดามันกับอ่าวไทยอันเป็นการเปิดประตูสู่เศรษฐกิจใหม่ของประเทศออกสู่มหาสมุทรอินเดีย และเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับกลุ่มเอเชียตะวันออกและกลุ่มเอเชียใต้
- การพัฒนาพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเน้นเชื่อมโยงเข้ากับพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจหลักของภูมิภาคที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ โดยกำหนดให้เป็นศูนย์กลางทางการเงิน การท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศ และโทรคมนาคมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการวางระบบโครงข่ายบริการพื้นฐานเพื่อกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ที่ดิน วางรูปแบบองค์กรการพัฒนาเมืองให้มีความคล่องตัว และสนับสนุนให้เอกชนสามารถเข้ามามีบทบาทในการลงทุนด้านกาบริการพื้นฐานมากขึ้น

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

<u>ช่วงที่ 4</u> พ.ศ. 2545–ปัจจุบัน

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

อาทิในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ส่วนการพัฒนาพื้นที่ในภูมิภาคต่าง ๆ ยังคงให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นด้วยการเปิดทางให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาทดแทนแรงงานไทยในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวในช่วงนี้ขยายตัวอย่างก้าวกระโดดจากการเปิดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่อยู่ภายใต้สถานการณ์ความไม่แน่นอนหลายด้าน เมืองท่องเที่ยวหลักทั้งภูเก็ตและเชียงใหม่กลายเป็นทำเลที่มีการเติบโตของที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมาก โดยมีผู้ซื้อจำนวนไม่น้อยเป็นชาวต่างชาติที่มาอยู่แบบระยะยาวหรือมาใช้ชีวิตหลังเกษียณ ส่วนเมืองท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพมหานคร เช่น พัทยาและหัวหิน ยังมีการก่อสร้างที่พักแบบคอนโดมิเนียมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองชีวิตแบบสังคมเมืองและการพักผ่อนระยะสั้นของคนกรุงเทพฯ การเติบโตในลักษณะเช่นนี้ทำให้ราคาที่ดินในเมืองท่องเที่ยวพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

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

โดยสรุป การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ของประเทศไทยในช่วงแรกมุ่งเน้นการพัฒนาเป็นจุด ๆ คือเน้นแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก แม้ว่าจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่ง แต่เป็นเพียงการเสริมศักยภาพในการเข้าถึงจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งเท่านั้น รวมถึงมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อ

ตอบสนองตลาดการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ นับว่าเป็นการตอบรับกระแสการท่องเที่ยวหลัก ซึ่งสามารถส่งเสริมตลาดได้ง่าย เรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ตลาดเป็นตัวนำ (market-driven)

ภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ชัดเจนขึ้นเมื่อได้แบ่งเขตการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีศูนย์ท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวบริวาร รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าที่ได้รับการประกาศเป็นเมืองมรดกโลกและพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ รวมถึงมีการขยายขอบเขตการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและพื้นที่ชายแดนเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับประเทศพื้นบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย กระนั้นก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ก็ยังคงเป็นการพัฒนาไล่หลังการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและการขยายตัวของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

จุดเปลี่ยนสำคัญก็คือการเปิดใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ต้องกลับมาใช้สนามบินดอนเมืองอีกครั้งหนึ่ง รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งนิยมเที่ยวในพื้นที่เมือง ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนเมืองไม่สามารถตอบรับกับการขยายตัวของการท่องเที่ยวได้ ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย ดังนั้น แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะหลังจึงมุ่งเน้นที่การรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วย แต่ก็ยังหนีไม่พ้นแรงกดดันในพื้นที่ท่องเที่ยวอันเกิดจากการราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจากการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการ

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

จากการประมวลภาพรวมของนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา แม้ว่ามีการคำนึงถึงประเด็นเรื่องพื้นที่ก็ตาม แต่ก็ยังคงเป็นในลักษณะการพัฒนาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีรูปแบบเป็นนโยบายเชิงรับ (reactive) ที่ปรับเปลี่ยนไปตามแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่ได้เกิดขึ้นไปแล้วและมีผลกระทบต่อพื้นที่แล้ว นโยบายการพัฒนาพื้นที่ที่ผ่านมาไม่ได้จัดเตรียมเมืองให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระดับโลก ทำให้พื้นที่เมืองโดยมากมีสภาพที่ไม่พร้อมรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อไปมากกว่านี้ได้

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันก็เริ่มมองเห็นสัญญาณที่ดีของการพัฒนา นโยบายและแนวทางการท่องเที่ยวในระยะหลังให้ความสำคัญมากขึ้นกับการใช้พื้นที่เป็นตัวนำการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในระดับภาค เมือง และชุมชน นโยบายการพัฒนาเมืองและการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมาบรรจบกัน ดังที่เห็นได้จากการกำหนดให้การท่องเที่ยว

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

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

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

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

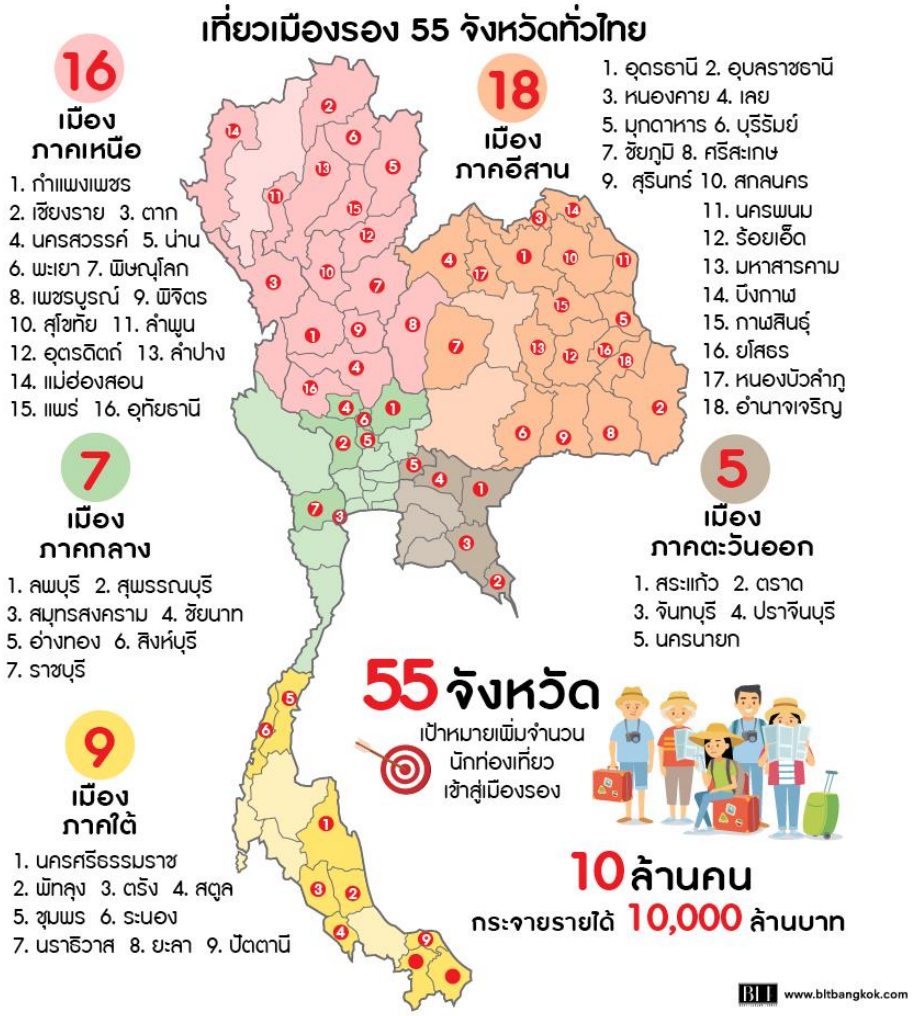
สำหรับหน้าที่และบทบาทของคณะกรรมการฯ ในภาพรวมไม่ต่างจากเดิมมากนัก แต่เพิ่มประเด็นการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติหรือแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนประเด็นการพัฒนาในเชิงพื้นที่ยังมีลักษณะเป็นการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว แต่จัดให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น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

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

ท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ยังคงมีลักษณะเหมือนเดิม คือ การกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (กลุ่มจังหวัดหรือภาค) ซึ่งเป็นการพัฒนาในภาพกว้างและยังคงใช้จังหวัดเป็นฐานสำคัญในการพัฒนา นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในลักษณะของการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้เข้าประเทศ

นโยบายจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด

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



แผนภาพที่ 3-1 แผนที่เมืองท่องเที่ยวรอง

ที่มา : นิตยสาร BLT, 2018

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

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

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

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

ประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เน้นกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มองค์กรและเยาวชน

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

A : Additional : ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเมืองหลักและเมืองรอง

B : Brand New : ท่องเที่ยว 55 เมืองรอง

C : Combination : ท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างเมืองรองและเมืองรอง

4) Eat Local ประชาสัมพันธ์อาหารถิ่น (Locallicious) อาหารอร่อย อาหารห้ามพลาด ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ผ่านกิจกรรม Eat Local Week ในทุกภาค พร้อมร่วมกับพันธมิตรส่งเสริมการขายรายการนำเที่ยวประเภท Local Food Tours การเยี่ยมชมแหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร หรือทุกการใช้จ่ายสามารถสะสมคะแนนและรับสิทธิพิเศษ เช่น ชิงรางวัลรับประทานอาหารในร้านที่ได้ดาวมิชลิน

5) Our Local สร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดกิจกรรม Community Events บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น กระจายทุกพื้นที่ ทุกสัปดาห์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าท้องถิ่น โดยเฉพาะในชุมชนและเมืองรอง สนับสนุนการจัดกิจกรรม โดยกระจายจากเมืองหลักสู่เมืองรองในทุกพื้นที่ทุกสัปดาห์ รวมไปถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่นอีกด้วย

6) Local Heroes - Towards GSTC (Global Sustainable Tourism Council) และ B2D (Business to Digital) กิจกรรม Mobile Clinic เพื่อการพัฒนาคน สร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อ ให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางภูมิทัศน์และการแข่งขันในอนาคต (Digital Age) พร้อมทั้ง สนับสนุนวิทยากร นักวิชาการ ศิลปิน ผู้มีชื่อเสียงผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบ และแนะนำแหล่งทุน

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

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

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

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

นโยบายส่งเสริมเมืองท่องเที่ยวระดับรองลงมาเหล่านี้น่าจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ดังกล่าวได้ หลายเมืองอาจพอรับมือกับการเติบโตดังกล่าวได้ แต่หลายแห่งอาจไม่เคยเตรียมพร้อมมาก่อน และอาจเกิดปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของเมืองไม่เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ จึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาและเตรียมพร้อมรับมือต่อไป

ตัวอย่างประเด็นด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนพัฒนาเมืองของกรุงเทพมหานคร

จากที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กรุงเทพมหานครได้กลายเป็นเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก จนทำให้ความท้าทายและคำถามเกี่ยวกับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในกรุงเทพฯ ที่ต้องตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ไปพร้อมกับความต้องการพื้นฐานของผู้อยู่อาศัยและทำงานในกรุงเทพฯ เอง กรุงเทพมหานครในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบพื้นที่นี้ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาเมืองที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

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

สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครก็ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการ ซึ่งต้องมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี ดังกล่าว โดยจะส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางหรือประตูสู่อาเซียน (Gateway to ASEAN) เพื่อสนับสนุนให้กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่ง

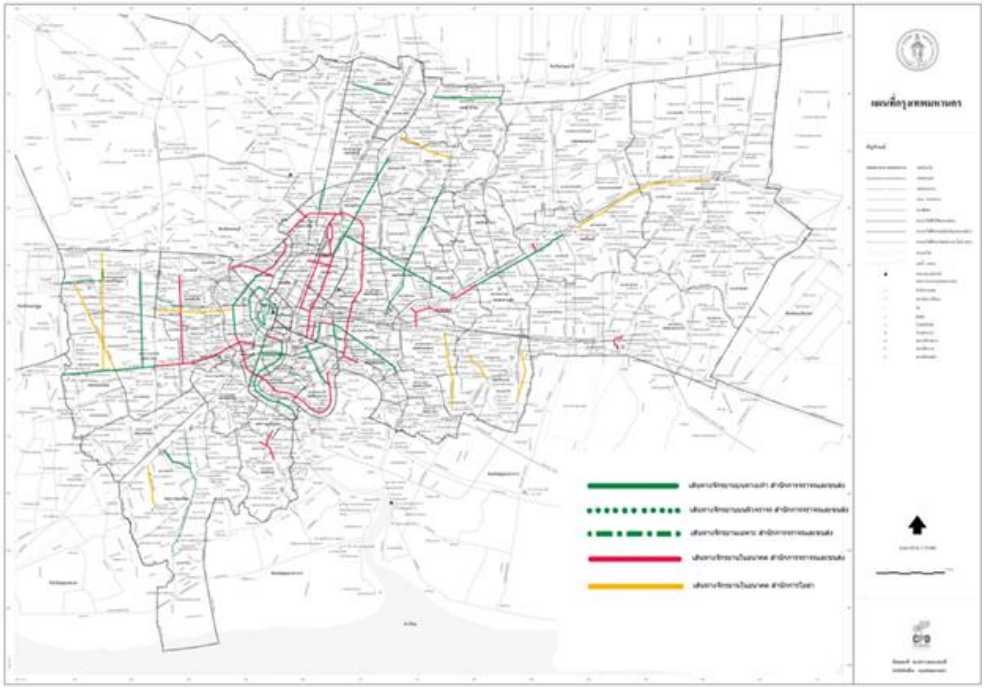
อาเซียน โดยจัดให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน เพิ่มและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ทั้งฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สื่อสารภาษาอังกฤษได้และให้บริการที่ประทับใจ

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

หากพิจารณาจากการพัฒนาโครงการด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบรับการท่องเที่ยว แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 12 ปี และแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ได้ระบุให้ปรับปรุงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ได้คุณภาพพร้อมรองรับการเพิ่มจานวนของนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังระบุให้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งมวลชน ทางจักรยาน และทางเรือ รวมถึงจุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการกับท่องเที่ยวที่มาเยือน จะเห็นได้ว่ามีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งมวลชนทั้งระบบรถไฟฟ้า ทางจักรยาน และทางเรือ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากรายงานการประเมินผลกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 พบว่า เส้นทางจักรยานในกรุงเทพมหานครดำเนินการโดยสำนักการจราจรและขนส่งและสำนักการโยธาในปัจจุบันที่ดำเนินการแล้วเสร็จและเปิดใช้แล้วมีจำนวน 52 เส้นทาง มีลักษณะเป็นทางจักรยานเฉพาะ ทางจักรยานร่วมบนทางเท้า ทางจักรยานบนผิวจราจร ทางจักรยานบนไหล่ทาง คิดเป็นระยะทางรวม 257.79 กิโลเมตร และอยู่ระหว่างการดำเนินการ 7 เส้นทาง คิดเป็นระยะทางรวม 44.07 กิโลเมตร แต่การเชื่อมต่อของทางจักรยานไม่ได้มีรักษาของเป็นเส้นทางที่สัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่กลุ่มเขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากทางจักรยานแล้ว หากพิจารณาถึงระบบขนส่งมวลชนอื่นโดยเฉพาะรถไฟฟ้าไม่ได้มุ่งเน้นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่มุ่งเน้นการพัฒนาเมืองในสาขาอื่น ๆ ซึ่งในขณะนี้ได้ดำเนินการรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีน้ำเงินช่วงบางซื่อ-ท่าพระ (13 กม.) และหัวลำโพง-บางแค (14 กม.) และ รถไฟฟ้าใต้ดินสายสีม่วงช่วงบางซื่อ-ราษฎร์บูรณะ (19.8 กม.) ทั้งสองสายมีสถานีในบริเวณพื้นที่กลุ่มเขตอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนระบบขนส่งทางเรือนั้น มีเพียงการเดินเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาคลองภาษีเจริญ (วัดปากน้ำภาษีเจริญ-ท่าเรือเพชรเกษม 69) ที่เป็นรูปแบบขนส่งมวลชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 3-2 เส้นทางจักรยานในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : สำนักการจราจรและขนส่ง, 2557

ในส่วนของรถโดยสารประจำทางนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วมุ่งเน้นการเดินทางจากระยะทางไกลเพื่อการเดินทางข้ามพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ไม่ได้มุ่งเน้นหรือจัดสร้างเส้นทางที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกเสียจากเป็นรถโดยสารประจำทางที่มีการจัดเส้นทางการเดินรถที่ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล เช่น การจัดทัศนาจรการไหว้พระ 9 วัดในกรุงเทพมหานคร และเส้นทางรถจากท่าอากาศยานทั้งสองแห่งเข้าไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวหรือจุดต่อขนส่งมวลชนรูปแบบอื่น ดังนั้น ในภาพรวม เมื่อพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานครแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ไม่ได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 12 ปีและแผนวิสัยทัศนของประชาชนเพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานคร 20 ปี เนื่องจากไม่สามารถเชื่อมต่อระบบทุกระบบเข้าด้วยกัน แล้วสัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครได้

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

ในการจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครนั้น ส่วนที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้นั้นมีอยู่หลายด้าน แต่ด้านที่มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวคือ การคมนาคมขนส่งและพื้นที่สีเขียว จากการดำเนินการตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครที่ผ่านมา แม้จะมีการวางแผนไว้ แต่ไม่ได้ดำเนินการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครตามที่ได้ระบุไว้ กล่าวสรุปได้ว่า นโยบายพัฒนาเมืองกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาไม่สอดคล้องกัน ผังเมืองรวมในหลายเมืองได้ระบุถึงการท่องเที่ยวในฐานะฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของเมือง แต่มักไม่ถ่ายออกมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่อย่างเฉพาะเจาะจงเท่าใดนัก บ้างก็อยู่ในหมวดด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ บ้างก็อยู่ในเรื่องการอนุรักษ์พื้นที่ประวัติศาสตร์ นับเป็นช่องว่างทางนโยบายหนึ่งที่ต้องแก้ไขต่อไป

บทสรุปประเด็นปัญหา ศักยภาพและความท้าทาย

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

จำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าคนอยู่อาศัยในเมือง

การวางแผนพัฒนาเมืองในยุคก่อนที่การท่องเที่ยวจะมีความสำคัญดังในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนที่ทำงานและอยู่อาศัยในเมืองเป็นหลัก แต่เมื่อการท่องเที่ยวได้ขยายตัวมากขึ้น จนจำนวนนักท่องเที่ยวมีเทียบเท่าหรือมากกว่าจำนวนคนที่อยู่อาศัยในเมือง ความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่มดังกล่าวย่อมมีผลอย่างมากต่อการวางแผนโครงสร้างพื้นฐานในเมือง แม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนมากจะอยู่พักแรมและใช้บริการพื้นฐานในเมืองเพียงไม่กี่วันต่อปี ในขณะที่ผู้อยู่อาศัยและทำงานจะอยู่ตลอดทั้งปี แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นย่อมมีผลต่อการจัดสร้างและจัดหาบริการพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในบางกรณีอาจขัดแย้งกับความต้องการของคนที่อาศัยอยู่ในเมืองได้

แต่ละเมืองย่อมมีสัดส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมืองไม่เท่ากัน คณะผู้วิจัยได้คำนวณอัตราส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่อจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัดและในแต่ละเมืองทั่วประเทศไทย ตารางข้างล่างนี้แสดงรายชื่อจังหวัดที่มีอัตราส่วนดังกล่าวสูงที่สุด 20 อันดับ (อัตราส่วนของทุกจังหวัดทั่วประเทศแสดงอยู่ในภาคผนวก) จะเห็นได้ว่า เมืองท่องเที่ยวหลายแห่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรตาม

ทะเบียนราษฎร์อยู่หลายเท่าตัว เมืองท่องเที่ยวสำคัญทุกแห่งล้วนแล้วแต่มีอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรถึงกว่า 33 เท่า อนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวรวมนี้รวมนักท่องเที่ยวทุกประเภททั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร และทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนข้อมูลประชากรนั้นได้ใช้ข้อมูลจากทะเบียนราษฎร์ของเดือนธันวาคม 2560 ด้วยเหตุนี้ จำนวนประชากรที่อยู่อาศัยจริงในแต่ละจังหวัดจึงน่าจะมากกว่าตัวเลขที่ได้ใช้คำนวณ เนื่องจากเมืองส่วนใหญ่จะมีประชากรแฝงที่ไม่ได้อยู่ในทะเบียนราฎร์ของท้องที่นั้น แต่ข้อมูลสัมมะโนประชากรและการเคหะที่เก็บข้อมูลประชากรที่อยู่อาศัยจริงของปีล่าสุดนั้นคือข้อมูลของ พ.ศ. 2553 จึงไม่น่าจะสะท้อนจำนวนประชากรจริงใน พ.ศ. 2560 ที่จะเอามาเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีล่าสุด กระนั้นก็ตาม ตัวเลขอัตราส่วนที่คำนวณได้ก็น่าจะสะท้อนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดได้

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

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

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

ที่มา : ข้อมูลนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ข้อมูลประชากรจากสำนักทะเบียนกลาง 31 ธันวาคม 2560

คณะผู้วิจัยยังคำนวณอัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรทั้งหมดในเขตเมืองหรือเขตเทศบาลทั้งหมดในแต่ละจังหวัด ผลการคำนวณในตารางข้างล่างนี้แสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดมีมากกว่าจำนวนประชากรเมืองในแต่ละจังหวัดมากหลายเท่าตัว โดยจังหวัดที่มีอัตราส่วนสูงที่สุดคือนครนายก โดยมีอัตราส่วนดังกล่าวสูงถึง 83 เท่า ตามมาด้วยพังงา ซึ่งมีอัตราส่วนสูงถึง 62 เท่า แม้ว่าในความเป็นจริง นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้เข้าไปเยี่ยมเยือน เที่ยวชมหรือพักแรมในพื้นที่เมือง ดังในกรณีของจังหวัดนครนายก พังงา และกระบี่ แต่อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเกือบทุกพื้นที่มีความเป็นเมืองแทบทั้งนั้น ไม่ว่าจะในด้านกายภาพของการตั้งถิ่นฐานและการปลูกสร้างอาคาร ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านระดับความเข้มข้นของการใช้ทรัพยากร

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

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

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

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

เมืองมีขีดความสามารถในการรองรับที่จำกัด

โครงสร้างพื้นฐานในเมืองของประเทศไทยที่มีอยู่แต่เดิมไม่ได้ครอบคลุม ทั่วถึงและมีคุณภาพดีพร้อมสำหรับประชาชนทั่วไปอยู่แล้ว เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งทำให้ภาระด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มมากเกินกว่าความสามารถในการรองรับของเมือง ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเท่านั้น แต่รวมไปถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนอยู่อาศัยในเมืองไปพร้อมกัน

อีกตัวเลขหนึ่งที่น่าสนใจในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการรองรับเบื้องต้นของเมืองคือ ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่ในแต่ละจังหวัดและแต่ละเมือง จากการคำนวณอัตราส่วนระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ทั้งหมดในแต่ละจังหวัด และอัตราส่วนระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดกับพื้นที่เมืองทั้งหมดในแต่ละจังหวัด ตามตารางข้างล่างนี้ จะเห็นได้ว่า เมืองท่องเที่ยวสำคัญทั้งกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ล้วนแล้วแต่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวสูงมาก และสูงกว่าความหนาแน่นประชากรที่อยู่อาศัยจริงอยู่หลายเท่าตัว

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

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

ที่มา : จำนวนนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ข้อมูลพื้นที่จังหวัดจากการคำนวณด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

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

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

ที่มา : ข้อมูลนักท่องเที่ยวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,
ข้อมูลเขตเทศบาลจากกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560

โครงสร้างและบริการพื้นฐานในเมืองของประเทศไทยในบางด้าน เช่น ระบบไฟฟ้าและระบบประปา ถือว่าได้พัฒนามามากเมื่อเปรียบเทียบกับ 30-40 ปีก่อน แม้ว่าในบางช่วงอาจมีปัญหาไฟดับไฟตก และปัญหาน้ำประปารั่วและไม่มีน้ำประปาใช้อยู่บ้าง แต่ในภาพรวมถือว่ามีความครอบคลุม ทั่วถึงและเสถียรอยู่พอสมควร อย่างไรก็ตาม

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

กระนั้นก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนและพักแรมในกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ และเมืองหลักอื่น ๆ ของประเทศก็ยังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และดูเหมือนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกเรื่อย ๆ ด้วยปัจจัยเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว ทั้งในความพร้อมด้านโรงแรมและการบริการที่รองรับนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว และที่สำคัญคือ ราคาที่ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดที่เสนอว่า ความวุ่นวายสับสนและไม่เป็นระเบียบของเมืองในประเทศไทยนี้เอง ที่เป็นเสน่ห์และปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ในประเด็นหลังนี้ นักวางแผนต้องแยกแยะให้ชัดระหว่างสภาพไร้ระเบียบที่ทำให้เกิดปัญหาด้านประสิทธิภาพ ความยั่งยืนและความเป็นธรรม กับสภาพไร้ระเบียบที่แสดงถึงความมีชีวิตชีวาของกิจกรรมในเมือง

อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นและมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายมากขึ้นย่อมเพิ่มภาระด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการในเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในเมืองที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนผู้อยู่อาศัยในเมือง ความท้าทายของการพัฒนาเมืองภายใต้เงื่อนไขนี้คือ จะจัดเตรียมระบบโครงสร้างพื้นฐานอย่างไรที่สามารถตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับผู้อยู่อาศัยในเมืองได้

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

ให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่อยู่อาศัยในเมืองนั้น ทั้งนี้ทั้งนั้น ผลประโยชน์นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีนโยบายขนส่งสาธารณะในเมืองที่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการเพิ่มค่าตั๋วโดยสารที่ชัดเจน และกำหนดวิธีการจัดสรรรายได้ที่เป็นธรรม

ส่วนต่าง (gap) ระหว่างขีดความสามารถในการรองรับกับภาระ (load) หรือความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ความน่าเที่ยวและน่าอยู่ของเมืองลดลงเท่านั้น ตัวอย่างเมืองท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาขีดความสามารถในการรองรับไม่สะท้อนภาระหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวมีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย หากปล่อยให้ปัญหาดังกล่าวสะสมไปเรื่อย ๆ ก็จะทำให้เมืองท่องเที่ยวนั้นลดความนิยมลง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวาที่เคยเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากความแออัดและเบียดเสียดของนักท่องเที่ยวและปัญหาด้านต่าง ๆ จึงทำให้ความนิยมลดน้อยลงไปมาก

การจัดการส่วนต่างระหว่างขีดความสามารถในการรองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นสามารถจัดการได้บริการพื้นฐานบางอย่างอาจพอจัดการได้หลายแนวทางและวิธีการด้วยกัน ในช่วงความต้องการสูง (peak) เช่น ในช่วงเทศกาลที่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากและต้องการที่พักเป็นจำนวนมาก อาจเพิ่มจำนวนห้องนอนและจำนวนเตียงในโรงแรมได้ระดับหนึ่ง อาจเปิดบ้านพักโฮมสเตย์ หรือแม้แต่การกางเต้นท์หรือพักแรมในวัดวาอาราม รวมไปถึงการใช้บริการ Airbnb เป็นต้น ขีดความสามารถในการรองรับส่วนนี้สามารถจัดการได้โดยภาคเอกชน แต่อาจมีข้อจำกัดเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของที่พัก อีกทั้งอาจเกิดปัญหากับชุมชนที่ไม่พร้อมรับหรือไม่ต้องการนักท่องเที่ยว ดังที่เกิดขึ้นกับการเข้าพักในคอนโดมิเนียมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Airbnb เป็นต้น

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

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

ดำเนินงาน การหาแหล่งเงินทุน การซ่อมบำรุงและความเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนของปริมาณเชื้อเพลิงบางชนิดที่ใช้ในโรงไฟฟ้าที่ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ น้ำ ลม และแสงอาทิตย์ ปัญหาขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเช่นนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนา จัดหาหรือส่งเสริมอย่างเต็มที่โดยภาครัฐ

บริการพื้นฐานในเมืองไม่ตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริการที่เฉพาะเจาะจงและไม่เหมือนกับผู้อยู่อาศัยทั่วไปในเมือง ในประเทศไทย ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเพียงพอในระดับหนึ่งอยู่ จึงยังคงสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนหลายสิบล้านคนในปัจจุบันได้ แต่เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกมาก ก็ย่อมต้องการบริการพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีคุณภาพมากขึ้น

ตัวอย่างหนึ่งของข้อจำกัดนี้คือ ระบบขนส่งสาธารณะในเมือง นับตั้งแต่จากสนามบินหรือสถานีขนส่งเข้าสู่ตัวเมือง แหล่งพักแรมและแหล่งท่องเที่ยว ในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นภูเก็ตและเชียงใหม่ มีบริการขนส่งสาธารณะที่จำกัดมาก เมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว คนจำนวนมากต้องพึ่งรถยนต์ส่วนตัว รถเช่า รถแท็กซี่หรือรถเหมาทั้งคัน ซึ่งมีราคาแพงกว่าการใช้ระบบขนส่งมวลชน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินเท้าหรือขี่จักรยานเพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในเมือง แต่ระบบทางเดินเท้าและทางจักรยานในเมืองส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ดีเท่าใดนัก ทั้งในด้านความครอบคลุมและสมบูรณ์ของโครงข่าย ไปจนถึงความสะดวกสบายในการใช้งาน และการดูแลรักษาสภาพให้ใช้ได้อย่างดีอยู่ตลอดเวลา ทางเดินเท้าในเมืองทั่วไปของไทยไม่ได้ออกแบบมาเพื่อการเดินเท้าที่สะดวกสบาย อีกทั้งยังไม่ตอบรับความต้องการพิเศษของคนพิการและผู้มีความจำเป็นเฉพาะกลุ่มอื่น ๆ ส่วนระบบทางจักรยานในเมืองก็ยังไม่ค่อยดีนัก องค์ประกอบด้านการขนส่งสาธารณะและการเดินทางโดยไม่ใช่เครื่องยนต์ (non-motorized transport) เหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่นโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองจำเป็นต้องดำเนินการต่อไปเพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำที่เทียบได้กับเมืองอื่นในระดับโลก

ปัญหาและความท้าทายด้านการสัญจรของนักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเพียงแค่ด้านความครอบคลุมและทั่วถึงเท่านั้น แต่รวมไปถึงคุณภาพการให้บริการด้วยเช่นกัน ปัญหาคนขับแท็กซี่หรือรถแดงในเชียงใหม่ที่มักปฏิเสธผู้โดยสาร ไม่ยอมกดมิเตอร์ หรือโก่งราคาค่าโดยสาร ทั้งจากสนามบินและในพื้นที่อื่น ๆ ถือเป็นปัญหาที่หมักหมมมาเป็นเวลานาน ยังมีเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ และไม่มีแนวโน้มว่าจะลดลงแต่อย่างใด การพัฒนาเมืองของประเทศไทยให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับชั้นนำของโลก ต้องบริหารจัดการปัญหาเหล่านี้ให้ได้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

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

โครงการเหล่านี้ ตัวอย่างที่ได้รับความสนใจคือระบบรถโดยสารสาธารณะในเมืองขอนแก่น ตามด้วยเชียงใหม่และภูเก็ต โครงการเหล่านี้ แม้ยังมีอุปสรรคอยู่มาก และอาจประสบกับปัญหาในด้านจำนวนผู้โดยสารในระยะแรก แต่ก็ถือว่าเป็นแนวคิดที่ตอบรับความต้องการและความจำเป็นในการพัฒนาเมืองให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

อีกแนวโน้มหนึ่งที่อาจถือว่าเป็นโอกาสของการพัฒนาระบบการสัญจรในเมืองให้มีความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมืองเอง และน่าจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนาเมืองมากกว่าการใช้รถยนต์ส่วนตัวคือ รูปแบบธุรกิจใหม่ตามกระแสเศรษฐกิจแบ่งปัน (sharing economy) ทั้งการเรียกรถแท็กซี่ด้วยแอปพลิเคชันของ Uber และ Grab ที่ได้ขยายฐานการให้บริการไปยังเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการใช้จักรยานสาธารณะแบบไร้สถานี (dockless bikes) เช่น ระบบ Mobike จากประเทศจีนที่เริ่มเปิดให้บริการในตัวเมืองเชียงใหม่ และเริ่มเห็นมีนักท่องเที่ยวใช้บริการมากยิ่งขึ้น แนวโน้มทั้งสองนี้อาจทำให้การสัญจรเดินทางของนักท่องเที่ยวและคนที่อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย มีต้นทุนที่ต่ำลง อีกทั้งยังสร้างความยั่งยืนให้กับเมืองอีกด้วย แต่รูปแบบการขนส่งทางเลือกแนวใหม่นี้มักได้รับการต่อต้านจากแท็กซี่แต่ละท้องถิ่น โดยมีการตรวจสอบ กล่าวหา และคุกคามคนขับรถยนต์ส่วนตัวที่มาให้บริการรับนักท่องเที่ยว[64] ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทางได้ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบรถโดยสารที่สะท้อนความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และตอบรับกับเทคโนโลยีและรูปแบบการให้บริการด้านการขนส่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันก็ต้องสร้างกระบวนการและกฎเกณฑ์ที่เป็นธรรมกับทุกฝ่ายด้วยเช่นกัน

ปัญหาข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นประเด็นด้านประสิทธิภาพอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีผลสืบเนื่องในด้านความเป็นธรรมระหว่างกลุ่มคนและระหว่างพื้นที่เช่นกัน ดังในกรณีที่สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ทำให้เกิดผลกระทบด้านการจราจรทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ต่อเนื่องกับเมือง ซึ่งเป็นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น เมืองพะเยา รถติดกว่า 2 กิโลเมตร ในช่วงปีใหม่ เนื่องจากคนนิยมขึ้นเชียงรายและขึ้นดอยกัน แต่ตัวเมืองพะเยากลับไม่ได้รับเม็ดเงินลงสู่พื้นที่ เพราะเป็นเพียงทางผ่านเท่านั้น แต่ต้องรับผลกระทบจากความแออัดของจราจร[65]

เมืองไม่มีอัตลักษณ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

หากเปรียบเทียบกับเมืองเก่าในยุโรป สภาพเมืองและสถาปัตยกรรมในเมืองของประเทศไทยอาจดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเท่าใดนัก รูปแบบและสภาพอาคารที่ดูไม่สวยงาม สายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ระโยงระยาง

[64] http://news.tnews.co.th/contents/324465

[65] http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/786886

ป้ายโฆษณาหลากสีหลายขนาด ฯลฯ เมืองท่องเที่ยวแทบทุกแห่งในประเทศไทยไม่ควบคุมสถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างได้เข้มงวดมากพอที่ทำให้เกิดความสอดคล้องด้านสถาปัตยกรรมดังที่เห็นในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของโลกอื่น ๆ แม้ว่าพื้นที่เมืองเก่าบางแห่งอาจมีความพยายามในการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและพื้นที่เมืองเดิมอยู่บ้าง ดังในกรณีเกาะรัตนโกสินทร์และพื้นที่ภายในคูเมืองของเมืองเชียงใหม่ แต่การออกแบบเมืองยังไม่ดีมากพอ แม้ว่าอาจมีการควบคุมความสูงอาคารและรูปแบบสถาปัตยกรรมอยู่บ้าง แต่ก็ยังห่างไกลจากภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น

กระนั้นก็ตาม ความสวยงามเป็นเรื่องอัตวิสัย คือขึ้นอยู่กับความชอบและความพึงพอใจของแต่ละคน จึงเกิดข้อโต้แย้งว่า ความสับสนวุ่นวายและดูไม่เป็นระเบียบของสภาพกายภาพของเมืองในประเทศไทย อาจเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมากก็ได้ การควบคุมสถาปัตยกรรมและการออกแบบเมืองมากเกินไปอาจทำให้เมืองขนาดเสน่ห์และความน่าสนใจ ดังที่พบเห็นในสวนสนุกดิสนีย์แลนด์หรือแม้แต่ประเทศสิงคโปร์

ปัญหาด้านมลพิษและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการบริหารจัดการและควบคุมที่ดีก็สามารถสร้างปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนและผู้คนในเมือง ซึ่งในที่สุดก็มีผลกระทบกลับมาที่ธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีก็ทำให้เมืองไม่น่าเที่ยว ในขณะเดียวกัน มลพิษที่เกิดขึ้นจากครัวเรือนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ก็มีผลต่อความน่าอยู่และน่าเที่ยวของเมือง ตัวอย่างปัญหาในลักษณะนี้มีอยู่มากและมีมานานตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ ชายหาดแถบชลบุรี พัทยา บางแสน ทะเลได้รับผลกระทบจากน้ำเสียของอุตสาหกรรมและครัวเรือน ทำให้ทะเลเป็นสีดำ ส่งกลิ่นเหม็น และไม่สามารถลงเล่นน้ำทะเลได้[66] ปัญหาน้ำเสียในลักษณะคล้ายกันในบริเวณอ่าวนาง จ.กระบี่[67] ปัญหาด้านระบบนิเวศในกรณีของชุมชนอัมพวาอย่างรวดเร็ว ทำให้คนในชุมชนปรับสภาพและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ไม่ทันกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการล่องเรือชมหิ่งห้อยในช่วงวันหยุดการที่เรือยนต์ปล่อยคราบน้ำมันลงสู่แม่น้ำ ระบบนิเวศของสัตว์น้ำเปลี่ยนแปลงไปและการที่เรือยนต์เล็กหรือเรือหางยาวแล่นด้วยความเร็ว ทำให้เกิดคลื่นไปกระทบดินริมตลิ่งและใบพัดของเรือหางยาวตะกุยดินให้พังมากขึ้น ทำให้ดินตลิ่งริมคลองพังทลาย ซึ่งก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนในชุมชนที่มีบ้านเรือนอาศัยอยู่ตามชายฝั่งคลอง[68] ปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ภูทับเบิก จากการที่ภูทับเบิกกลายเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภาคเหนือ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปพักผ่อนและเที่ยวชมธรรมชาติที่สวยงามบนภูทับเบิก แต่ได้สร้างปัญหาในการจัดการขยะ

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

[67] https://www.thairath.co.th/content/498481

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

ในพื้นที่ เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลวังบาลไม่ได้วางแผนและการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับการให้บริการการจัดการขยะได้เพียงพอตามปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตามจำนวนนักท่องเที่ยว[69] ปัญหามลพิษที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงมีอยู่จำนวนมาก

ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติมีผลต่อการท่องเที่ยวในเมือง

เมืองท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายแห่งตั้งอยู่ในพื้นที่อ่อนไหวเปราะบางต่อความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ อาทิ ความเสี่ยงต่อน้ำท่วมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ความเสี่ยงด้านพายุฝนและสึนามิในเขตชายทะเลภาคใต้ และความเสี่ยงด้านแผ่นดินไหวในบริเวณภาคเหนือของประเทศไทย เป็นต้น เมืองที่น่าอยู่และน่าเที่ยวต้องมีระบบการเตือนภัยและวิธีการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้และจะทำให้เกิดความเสียหายในระดับสูงและในวงกว้าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบข้ามพรมแดน

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

ระบบการผังเมืองและการบริหารจัดการเมืองไม่เอื้อต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

ปัญหาพื้นฐานของการพัฒนาเมืองในประเทศไทยคือสถาบัน (institutions) ด้านการผังเมืองยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะดำเนินนโยบายและโครงการพัฒนาเมืองที่ตอบรับกับเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคม และ

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

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

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

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

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

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

ความปลอดภัย

ความปลอดภัยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว จากสถิติของกระทรวงการต่างประเทศและการค้าของออสเตรเลีย ชี้ว่าเมืองไทยเป็นเมืองที่อันตรายที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย จากสถิติของ ค.ศ. 2016 – 2017 ซึ่งมีผู้เสียชีวิต 203 ราย ผู้บาดเจ็บ 195 ราย และผู้สูญหายอีก 74 ราย[70] กรณีต่อมาคือ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังได้รับฉายาว่า “เกาะฆาตกร” จากข่าวการตายของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 7 คน ถูกฆาตกรรมอย่างโหดเหี้ยมภายในเกาะ และไม่สามารถหาผู้กระทำผิดมาลงโทษได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย[71]

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

นอกจากนี้ ความเป็นห่วงด้านการก่อการร้ายยังมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมายังประเทศไทย จากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เดอะซัน สำนักงานการต่างประเทศ สหราชอาณาจักร หรือ เอฟโอ ประกาศเตือนภัยก่อการร้าย โดยระบุประเทศที่ชาวอังกฤษนิยมมาท่องเที่ยว ซึ่งมีประเทศไทยติดอยู่ในกลุ่มประเทศที่เสี่ยงต่อภัยก่อการร้าย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวชายหาดอย่างหัวหิน ตรัง กระบี่ ภูเก็ต และพังงา[72] นอกจากนี้ ในช่วงที่ประเทศไทยขาดเสถียรภาพทางการเมือง การชุมนุมประท้วงทาง

[70] https://www.voicetv.co.th/read/530002

[71] https://news.thaipbs.or.th/content/263971

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

การเมืองในประเทศไทย ยังส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเข้ามาในประเทศไทยด้วย จากความไม่แน่นอนและเกรงจะได้รับอันตราย[73]

สรุปท้ายบท

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

[73] https://positioningmag.com/51813

บทที่ 4 กระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

บทนำ

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอตัวอย่างของกระบวนการวางแผนออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ทดลองใช้บางส่วนกับพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด เนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกอธิบายกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยเน้นการวางแผนแบบการสร้างฉากทัศน์ ซึ่งแตกต่างจากแนวทางการวางผังเมืองที่ดำเนินการอยู่ทั่วไปในประเทศไทย ส่วนที่สองอธิบายกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมือง ซึ่งจะตอบโจทย์ความท้าทายด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และการตลาดของเมืองท่องเที่ยว ส่วนที่สามอธิบายแนวคิดและขั้นตอนการออกแบบเมืองที่รองรับความท้าทายด้านการท่องเที่ยวของเมือง การนำเสนอเนื้อหาทั้งสามส่วนในบทนี้จะเน้นแนวคิดและหลักการสำคัญในภาพรวม โดยเสริมด้วยบทสรุปโดยคร่าวจากการทดลองประยุกต์ใช้กระบวนการนั้นในพื้นที่ศึกษา ส่วนรายละเอียดของการดำเนินกระบวนการวิเคราะห์และผลลัพธ์ที่ได้นั้น จะนำเสนอในบทที่ 5 ถึง 7

การวางแผนยุทธศาสตร์แบบฉากทัศน์

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

การวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและการฉายภาพที่จะเกิดขึ้นอนาคตเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการวางแผน แต่เนื่องจากไม่มีใครสามารถหยั่งรู้อนาคตได้ นักวางแผนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงต้องตัดสินใจว่าปัจจัยและภาพการเปลี่ยนแปลงในอนาคตใดที่คิดว่าสมเหตุสมผลมากกว่ากัน โดยอาจยึดตามผลการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา 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 ขั้นต่อไปจึงเป็นการสลับไขว้ปัจจัยที่ได้วิเคราะห์มาในตาราง 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

STEEPV

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

ตัวอย่างปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์ในการสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยว

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

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 ปัญหาน้ำท่วมเป็นภัยพิบัติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งที่สุดและคาดว่าก็ยังคงมีอยู่ต่อไป ในขณะเดียวกัน ความต้องการน้ำ พลังงาน อาหาร และที่ดินคาดได้ว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบท จึงทำให้การวางแผนและออกแบบพื้นที่จำเป็นต้องคำนึงข้อจำกัดนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ตัวเปลี่ยนเกม

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

[74] National Intelligence Council (2012)

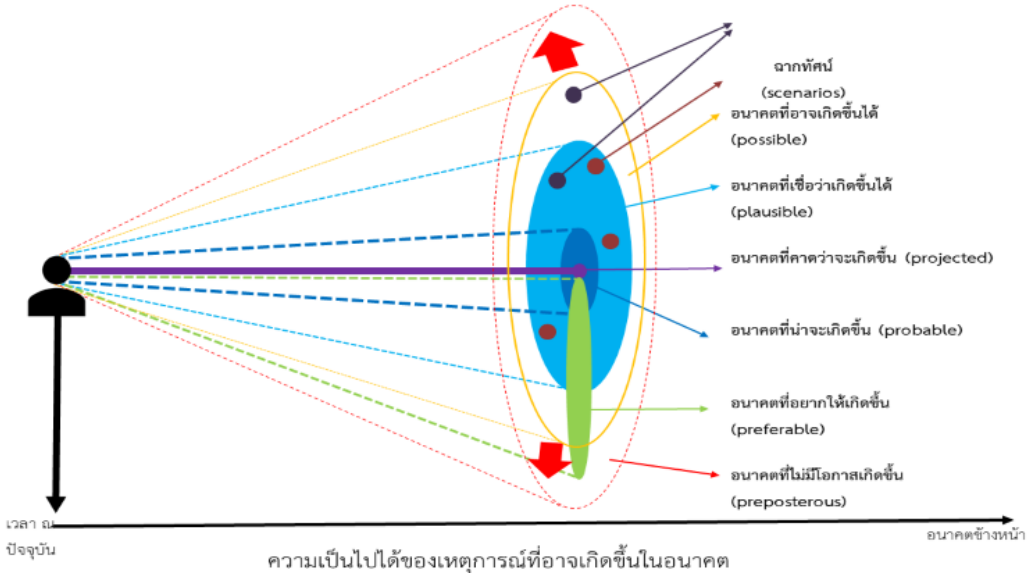
1) **เศรษฐกิจโลก** การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีน อินเดียและอินโดนิเซีย ทำให้เศรษฐกิจโลกมีหลายขั้วมากยิ่งขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ประเทศตะวันตกในยุโรปและอเมริกาเหนือ และประเทศญี่ปุ่น ประเด็นที่สำคัญในส่วนนี้คือความหลากหลายดังกล่าวจะทำให้เศรษฐกิจโลกในภาพรวมมีเสถียรภาพมากขึ้น หรืออาจทำให้ความผันผวนมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม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

ปัจจัยเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ในการมองอนาคตและการสร้างฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยว โดยใช้ประกอบกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่น่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งในระดับโลก ภูมิภาค ประเทศ และท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและบริหารจัดการเมือง งานวิจัยครั้งนี้ได้ทดลองวิเคราะห์แนวโน้มตามกรอบดังกล่าวกับเมืองกรณีศึกษาใน 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 แต่โดยทั่วไปมีขั้นตอนดังต่อไปนี้[75]

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

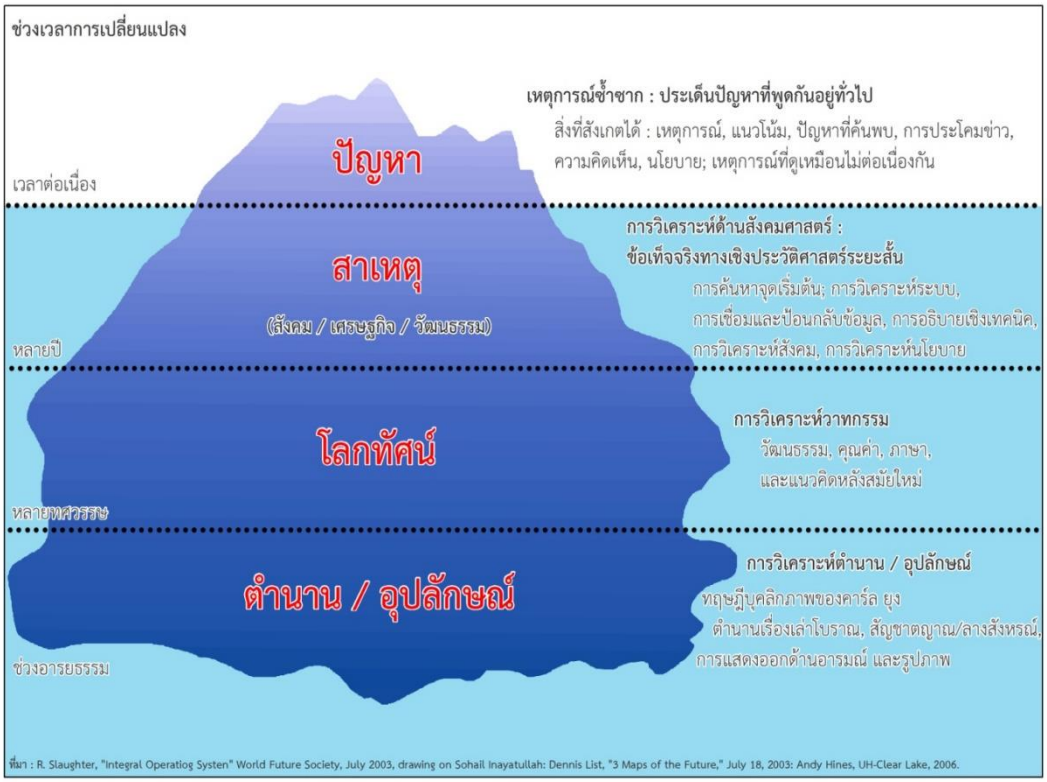
1. ระบุประเด็นปัญหา

ขั้นตอนแรกคือ การระบุและคัดเลือกประเด็นปัญหาที่องค์กรหรือพื้นที่นั้นจะประสบอยู่ในปัจจุบันหรืออาจประสบในอนาคต เมื่อคณะทำงานได้กำหนดกรอบของประเด็นปัญหาแล้ว จึงมีการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยและสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง 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) ยิ่งลึกลงไปกว่านั้นเป็นในระดับวาทกรรม โลกทัศน์และอุดมคติของคนในสังคม รวมไปถึงเทพนิยายปรัมปราตำนานหรือความเชื่อลี้ลับที่อยู่ใต้จิตสำนึกของมนุษย์ ปัจจัยเบื้องลึกเหล่านี้ใช้เวลานานมากกว่าปัจจัยเชิงระบบในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง



แผนภาพที่ 4-2 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ชั้นสาเหตุ

ที่มา : อภิวัฒน์ รัตนวราหะ (2562) ดัดแปลงจาก Inayatullah (2004)

3. จัดลำดับปัจจัยขับเคลื่อน

เมื่อได้ระบุและวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนแล้ว นักวางแผนจะต้องเลือกปัจจัยหรือประเด็นที่คิดว่าสำคัญที่สุดมากำหนดตรรกะของฉากทัศน์ (Scenario logics) ตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบของปัจจัยเหล่านั้น การวิเคราะห์ด้วยเกณฑ์ทั้งสองนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งในการกำหนดรูปแบบและแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง ซึ่งแตกต่างจากแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์ในประเด็นที่มีความแน่นนอนสูง จากตารางข้างล่างจะเห็นได้ว่า ประเด็นหรือปัจจัยใดที่วิเคราะห์แล้วว่ามีผลกระทบระดับต่ำทั้งที่มีความไม่แน่นอนสูงกลางหรือต่ำ ก็ให้มีกระบวนการติดตามว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร โดยไม่ต้องมีการระบุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบระดับกลางและสูงและมีความไม่แน่นอนต่ำ และประเด็นที่มีความไม่แน่นอนและผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ก็ให้มีการบรรจุรายละเอียดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ได้เลย ประเด็นใดที่มีผลกระทบสูงก็กำหนดให้เป็นประเด็นสำคัญที่สุดหรือประเด็นวิกฤติ สำหรับประเด็นที่มีความไม่แน่นอนปานกลางและสูงแต่มีผลกระทบสูง และปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนสูงแลผลกระทบปานกลาง ก็ให้นำมาวิเคราะห์กำหนดภาพอนาคตหรือฉากทัศน์

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 การวางแผนสำหรับภาพอนาคตภาพเดียวจะทำให้เกิดความเสี่ยงสูง และทำให้ไม่สามารถรับมือกับสิ่งที่ไม่ได้คาดหมายมาก่อนได้ การวางแผนแบบฉากทัศน์ที่เตรียมการไว้สำหรับภาพอนาคตที่มีผลกระทบสูงและมีโอกาสเกิดขึ้นได้ จะทำให้สามารถลดและกระจายความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้

4. กำหนดตรรกะฉากทัศน์

ขั้นตอนต่อมาคือ การกำหนดตรรกะฉากทัศน์ (scenario logics) ตามระดับของความไม่แน่นอนและผลกระทบที่ประเมินได้ว่าจะเกิดขึ้น วิธีการหนึ่งในการสร้างตรรกะฉากทัศน์คือการเลือกปัจจัยที่สำคัญที่สุดและมีความไม่แน่นอนสูงสุด 2 ปัจจัย แล้วสร้างเป็นแกนตรรกะ 2 แกนไขว้กัน การเลือกตรรกะของฉากทัศน์นี้มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากเป็นเกณฑ์ในการสร้างกรอบความคิดและกรอบของยุทธศาสตร์และกิจกรรมที่จะดำเนินการต่อไป ขั้นตอนนี้จึงต้องให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมกันคิด เพื่อให้ได้ตรรกะฉากทัศน์ที่เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายได้ อย่างไรก็ตาม การสร้างฉากทัศน์ไม่ใช้ตรรกะฉากทัศน์มาไขว้กันก็ได้ 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 ... ฉากทัศน์แต่ละภาพและฉากทัศน์ทั้งหมดต้องสามารถแปลออกมาเป็นทางเลือกในการตัดสินใจได้
5) มีความท้าทาย ... ที่จะทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์และกระบวนการทำงานใหม่ 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 การสร้างเรื่องราวที่ตรงประเด็นและไม่เยิ่นเย้อ และไม่ยาวเกินไป จึงสำคัญมาก

ฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยว

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

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

การวางแผนด้วยฉากทัศน์ของเมืองท่องเที่ยวในอนาคตสามารถประยุกต์ใช้กระบวนการวางแผนฉากทัศน์ที่ได้นำเสนอมาแล้วข้างต้น โดยวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวและต่อเมือง ไปพร้อมกับการสร้างจินตนาการเกี่ยวกับทางเลือกที่มีโอกาสในอนาคตตามเงื่อนไขและข้อสมมติที่ตั้งไว้ เมื่อได้ระบุและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญแล้ว นักวางแผนจะเลือกปัจจัยหรือประเด็นที่คิดว่าสำคัญที่สุดมากำหนดตรรกะของฉากทัศน์ตามระดับความไม่แน่นอนและระดับผลกระทบของปัจจัยเหล่านั้นต่อการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการสร้างฉากทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปตามประเด็นยุทธศาสตร์ บริบทและเงื่อนไขที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ในแต่ละกรณีศึกษา 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 โจทย์ด้านการท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เพียงแค่ว่า จะออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างไรให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่จะทำอย่างไรให้การท่องเที่ยวกลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยขยายฐานและเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจให้กับเมืองพัทลุง จากโจทย์ดังกล่าว จึงสามารถสร้างฉากทัศน์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวได้ตามกรอบแนวคิดดั้งเดิมของการสร้างฉากทัศน์คือ ฉากทัศน์ตามแนวโน้มปกติ (business as usual) ฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่แย่ที่สุด (worst-case scenario) และฉากทัศน์ที่แสดงสถานการณ์ที่ดีที่สุด (best-case scenario) ตามแนวทางดังกล่าว สามารถสร้างฉากทัศน์เมืองท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงได้ 3 ภาพ ได้แก่ (1) เมืองถูกลืม – ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป (2) เมืองลองแวะ – 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 สินค้าและการบริการและการปรับเปลี่ยนพื้นที่จริงภายในเมือง เพื่อให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกเกี่ยวพันและมีประสบการณ์ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเมืองนั้น ๆ โดยผสมผสานเรื่องราวที่เป็นทั้งความจริงและจินตนาการ และทั้งข้อเท็จจริงและความรู้สึกประทับใจของกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาแบรนด์จึงเป็นการเปลี่ยนหรือพัฒนาภาพลักษณ์ของเมืองอย่างตั้งใจ โดยเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่ได้นำเสนอเฉพาะสินค้าและการบริการธรรมดา แต่ให้คุณค่าที่ตอบรับกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างแบรนด์จึงรวมไปถึงการจัดการ จัดระบบและประสานองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของเมือง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพของการบริการ รวมไปถึงการออกแบบอาคารและพื้นที่สาธารณะที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน

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

กระบวนการสำคัญที่ทดลองใช้ไปในการศึกษาครั้งนี้คือ การพัฒนาแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยว เนื้อหาในส่วนนี้เพิ่มเติมจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 โดยเน้นตัวอย่างกระบวนการในการพัฒนาแบรนด์ของเมือง งานศึกษาครั้งนี้ทดลองสร้างแบรนด์ของเมืองตามกระบวนการในการพัฒนาแบรนด 8 ขั้นตอน[76] ดังนี้

1) กำหนดวัตถุประสงคที่ชัดเจน

ในการพัฒนาแบรนด์ของเมือง นักวางแผนและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเข้าใจเปาหมายและวัตถุประสงครวมถึงกระบวนการในการสื่อสารแบรนดอยางถองแท เพื่อสามารถกำหนดกลยุทธที่เปนรูปธรรมชัดเจนและมีแนวทาง

[76] CEOs for Cities (2006)

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

2) เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนต่อมาคือการเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยใครบ้าง มุมมองและทัศนคติต่อเมืองเป็นอย่างไร ในการนี้ ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มคนหลายกลุ่ม อาทิ ผู้นำทางการเมือง กลุ่มนักธุรกิจ นักลงทุนทั้งระดับนายจ้างและลูกจ้าง 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 เพื่อยกระดับการให้บริการนักท่องเที่ยวจีนกลุ่ม SoLoMo ในประเทศไทย” โดย ดร. ดนัยธัญ พงษ์พัชราธรเทพ ซึ่งเป็นโครงการย่อยที่ 4 ในแผนงานวิจัยเดียวกันกับโครงการวิจัยนี้ งานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการเหมืองข้อมูล/ข้อความ (data/text mining) ในการวิเคราะห์ความเห็นและบทสนทนาของนักท่องเที่ยวจีนในสื่อโซเชียลภาษาจีนเกี่ยวกับความนิยมและความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย งานวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาแบรนด์เมือง จึงต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

3) ระบุภาพลักษณ์ของแบรนด์ปัจจุบัน

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

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

4) กำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่มุงหวัง

อัตลักษณ์ของแบรนด์ที่เป็นเปาหมายควรเปนสิ่งที่มีความเปนไปได้หรือสามารถพัฒนาไปให้ถึงได้ การสร้างแบรนดเมืองควรเสนอภาพที่เปนจริง มีความยั่งยืนและมั่นคงแมในบริบทของอนาคต อัตลักษณ์ของแบรนด์จะมีอิทธิพลตอ การตัดสินใจของภาคธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ในการที่จะใช้ประโยชน์จากแบรนด์เมืองนั้นต่อไป คำถามสำคัญในขั้นตอนนี้ ได้แก่ (1) ต้องการให้เมืองบรรลุเป้าหมายใด (2) อะไรคือความเชื่อมโยงของเมืองหรือย่านกับผู้คน เมื่อผู้คนเหล่านั้นคิดถึงเมืองหรือย่านนี้ที่คุณต้องการ (3) อะไรคือลักษณะเฉพาะตัวของเมืองหรือย่านนี้ และ (4) ประสบการณ์แบบไหนที่คุณต้องการเมื่อเข้ามาในเมืองหรือย่านนี้

5) พัฒนาตำแหนงของแบรนด์ (Positioning)

ตำแหน่งของแบรนด์คือจุดเปลี่ยนจากภาพลักษณของแบรนดเดิมของเมืองไปสูอัตลักษณของแบรนด์ (brand identity) ที่มุงหวัง คำว่าตำแหน่งของแบรนด์นี้ หมายถึงคำสัญญาหรือประโยชนที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับและเป็นสิ่งที่จะติดอยู่ในใจของกลุ่มเป้าหมาย คำถามหลักในการพัฒนาตำแหน่งของแบรนด์เมือง ได้แก่ (1) กลุ่มเป้าหมายจะได้ประโยชน์อะไร และ (2) องค์ประกอบใดที่จะพิสูจน์หรือสนับสนุนว่าตำแหนงของแบรนด์เมืองนี้จะสร้างประโยชน์ต่อเมืองหรือย่านตามความต้องการได้

6) เสนอข้อเสนอการเพิ่มคุณคาแกกลุมเปาหมาย

เมื่อได้กำหนดตำแหนงของแบรนด์ที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนตอมาคือการเรงสื่อสารกับกลุมเปาหมายเกี่ยวกับข้อเสนอในการเพิ่มคุณค่า (value propositions) ที่เมืองนั้นจะให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอยางยิ่งข่อมูลที่เปนกุญแจสำคัญที่จะมีสงผลตอการรับรู้ของสาธารณชน โดยอาจต่องให้ข่อมูลขาวสารที่เฉพาะเจาะจงในแตละกลุมตามลำดับความสำคัญ การสื่อสารในส่วนนี้จำเป็นต้องมีกลยุทธ์และวิธีการเครื่องมือที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

7) ดำเนินการตามแบรนด์

การนำแบรนด์ของเมืองที่ได้พัฒนาแล้วไปดำเนินการต่อนับเป็นสิ่งที่ที่ยากและทาทาย เนื่องจากเมืองมีองคประกอบที่ซับซอนและหลากหลาย ยุทธศาสตร์ที่ใชอาจสรางความพึงพอใจหรือภาพลบให้กับเมืองไดทั้งสิ้น สำหรับในกรณีของเมืองท่องเที่ยวนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินการตามแบรนด์ อาจแบงออกไดเปน 3 ขั้นตอน ชวงกอนการมาเยือน (Pre-visit decision) ช่วงระหวางการมาเยือน (During-a-visit decision) และชวงหลังการมาเยือน (Post-visit decision)

8) วัดความสำเร็จ

ขั้นตอนสุดท้ายคือการวัดว่า การดำเนินยุทธศาสตร์ตามแบรนด์ที่ได้พัฒนาขึ้นมานั้น ได้นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ หลักการวัดความสำเร็จของการดำเนินยุทธศาสตร์แบรนดของเมืองมีดังนี้ (1) ตรวจสอบความสำเร็จของแบรนดจากกลุมเปาหมายหลัก (2) วัดประสิทธิผลของแบรนดและกิจกรรมทางการตลาดอยางตอเนื่อง (3) แสดงผลที่แบรนดมีตอภาคธุรกิจดวยการกำหนดเกณฑที่เชื่อมกับเศรษฐกิจและการพัฒนาของชุมชนเมือง อนึ่ง การวัดผลแบรนดจะประสบความสำเร็จก็ตอเมื่อ (1) ผูนำของชุมชนเห็นดวยกับประโยชนที่จะไดรับจากการวัดประสิทธิผลของแบรนด (2) เกณฑที่ใชวัดจะตองมีมาตรฐานเดียว และมีความเชื่อมโยงเศรษฐกิจและการพัฒนาของชุมชนเมือง และ (3) หน่วยงานที่เกี่ยวของดำเนินการปรับปรุงแผนงานใหสอดคลองกับผลการประเมินที่ได้

สรุปคำถามสำคัญของกระบวนการในการพัฒนาแบรนดของเมืองได้ 6 ข้อ ดังนี้

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

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอตัวอย่างของการสร้างแบรนด์ของเมือง โดยในกรณีของภูเก็ตองค์ประกอบพื้นฐานหลักหรือดีเอ็นเอของแบรนด์ คือ G-E-M (Gorgeous, Experiential, Memorable) ที่สื่อถึงความเป็นอัญมณีที่ได้รับการเจียระไนให้สวยงามและมีความหลากหลายของสีสันแล้วแต่มุมมองและความชื่นชอบของแต่ละคน สำหรับแม่สายคือ ประสาน ชาติพันธุ์ ไร้พรมแดน ซึ่งสื่อถึงความเป็นเมืองชายแดนที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ และเป็นพื้นที่ที่กิจกรรมหลากหลายประเภทมาประสานและสัมฤทธิ์ซึ่งกันและกัน ส่วนเชียงของนั้น องค์ประกอบพื้นฐานหลักของแบรนด์น่าจะเป็น ริมโขง มิตรภาพ และวัฒนธรรม ในขณะที่พัทลุงมีองค์ประกอบหลักเป็นคุณลักษณะที่ได้จากการสำรวจและรับฟังความเห็นจากคนในพื้นที่ คือ เด็ด ดัง ดำ ซึ่งกลายมาเป็นแบรนด์ “ใต้แท้” รายละเอียดของแบรนด์ดังกล่าวนำเสนอในบทที่ 5 ถึง 7

การกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง

เมื่อได้ฉากทัศน์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการกำหนดและสร้างทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมือง ในกรณีของภูเก็ต คณะวิจัยได้เลือกตัวอย่างยุทธศาสตร์การฟื้นฟูเมืองเก่าภูเก็ตไปพร้อมกับการพัฒนาพื้นที่สะพานหินขึ้นใหม่เป็นแหล่งการประชุมนานาชาติที่ทันสมัยที่สะท้อนความเป็นไมอามีตะวันออก ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่หาดกะรนให้เป็นชายหาดเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบฉากทัศน์

รีเวียร่าแห่งอันดามัน นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้เมืองภูเก็ตกลายเป็นเมืองดิสโทเปียการท่องเที่ยว จึงได้นำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาบริเวณขุมเหมืองเพื่อตอบโจทย์ด้านการขาดแคลนน้ำและน้ำท่วมฉับพลัน พร้อมกับการพัฒนาพื้นที่นันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวและคนใช้ชีวิตในเมืองภูเก็ตให้ดียิ่งขึ้นไปพร้อมกัน ยุทธศาสตร์ในส่วนนี้สะท้อนอีกหลักการหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว คือ การประสานประโยชน์ในการใช้พื้นที่ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลายประการและความต้องการของคนหลายกลุ่มไปพร้อมกัน

สำหรับแม่สายนั้น ตัวอย่างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เมืองคือการฟื้นฟู บูรณะและพัฒนาพื้นที่เมืองส่วนที่ติดกับแม่น้ำและพื้นที่ดอย เพื่อให้เกิดย่านของการท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบโจทย์ของฉากทัศน์เมืองแห่งการผจญภัยข้ามพรมแดน รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาไปยังจุดชมวิวต่าง ๆ ที่สามารถเห็นทัศนียภาพทั้งฝั่งไทยและฝั่งพม่า ส่วนเชียงของนั้น ยุทธศาสตร์หลักคือการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ พร้อมกับการเปิดเส้นทางเพื่อการเข้าถึงแม่น้ำจากพื้นที่เมืองเก่าเชียงของ และการสร้างจุดหมายตาที่สะท้อนและรักษาอัตลักษณ์ของการเป็นเมืองริมแม่น้ำโขง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับฉากทัศน์การเป็นประตูสู่ไทย ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวทางบกมาจากจีนเป็นจำนวนมาก โดยการเตรียมพื้นที่สำหรับการพัฒนาในอนาคต สำหรับเมืองพัทลุงนั้น เนื่องจากจุดมุ่งหมายหลักคือต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแวะและค้างแรมมากขึ้น ตามฉากทัศน์เมืองลองแวะและเมืองต้องรัก การออกแบบและพัฒนาเมืองจึงเน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาป้ายสัญลักษณ์และจุดหมายตาที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้ขับรถผ่านเลยไป รวมไปถึงการสร้างจุดหมายตาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขาอกทะลุ ไปพร้อมกับการจัดพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาเย็นและกลางคืน หรือตอนเช้าตรู่ เพื่อให้เกิดการค้างแรมมากขึ้น

อนึ่ง เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยแทบทุกแห่งประสบกับปัญหาด้านการสัญจรภายในเมืองของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ยุทธศาสตร์หนึ่งที่ต้องดำเนินการในเมืองท่องเที่ยวทุกแห่งคือ การพัฒนาเมืองที่เกื้อหนุนการใช้ขนส่งมวลชนสาธารณะ พาหนะไร้เครื่องยนต์และการเดิน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางทั้งของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง และความยั่งยืนของระบบการขนส่งโดยรวม

การออกแบบเมืองท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่สามในงานศึกษาครั้งนี้คือ การออกแบบเมือง ซึ่งเป็นกระบวนการถอดเอายุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวออกมาเป็นการออกแบบความเชื่อมโยงของย่าน การออกแบบพื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงการเอาองค์ประกอบเชิงการออกแบบ เช่น สี เงา รูปทรง ที่สะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองมาพัฒนาสินค้าอื่น ๆ ของเมืองต่อไป หลักการสำคัญของการออกแบบเมืองใน

ส่วนนี้ยังคงยึดที่หลักการทั่วไปของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และหลักการเฉพาะที่ว่า รูปแบบด้านกายภาพและกิจกรรมที่เพิ่มเติมเข้าไปต้องสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ได้ถ่ายทอดออกมาเป็นแบรนด์ของพื้นที่นั้นแล้ว

การศึกษาครั้งนี้แสดงกระบวนการออกแบบเมืองที่มุ่งตอบโจทย์ด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยยึดตามหลักการออกแบบเมือง (Urban Design หรือ Urban Architecture) และตามแนวคิดว่าด้วยบทบาทของเมืองในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เนื้อหาในส่วนนี้อธิบายโดยสังเขปเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการพื้นฐานของการออกแบบเมือง

การออกแบบเมือง

การออกแบบเมืองเป็นสหศาสตร์ โดยพื้นฐานเป็นการกอปรกันขึ้นจากศาสตร์ 3 ศาสตร์หลักคือ การผังเมือง (Urban Planning) สถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม ทำให้ขอบเขตและนิยามของการออกแบบเมืองเปิดกว้างและครอบคลุมเนื้อหาในหลายด้าน ทั้งในฐานะที่เป็นสาขาวิชาการ สาขาวิชาชีพ และเครื่องมือในการพัฒนา

สำหรับการออกแบบเมืองในฐานะสหศาสตร์ที่อ้างอิงตามศาสตร์พื้นฐาน โดยเฉพาะเมื่ออ้างอิงกับการผังเมืองและสถาปัตยกรรมศาสตร์ ความรู้ความเข้าใจที่เป็นพื้นฐานของวิชาการออกแบบเมืองต้องครอบคลุมไปถึงการจัดการเมือง การจัดวางโครงสร้างพื้นฐาน การใช้ประโยชน์ที่ดิน เศรษฐศาสตร์และสังคมวิทยาเมือง ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับการผังเมือง ในขณะเดียวกัน การออกแบบเมืองยังต้องเข้าใจเรื่องของที่ว่างและการก่อสร้าง รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ และความเข้าใจประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐานในความคิดด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์

ส่วนการออกแบบเมืองด้านการปฏิบัติวิชาชีพนั้น มีความสัมพันธ์กับการผังเมืองในฐานะเครื่องมือและกลไกในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ นโยบาย และแผนงานของการพัฒนาเมืองมาเป็นรูปธรรม รวมถึงการสร้างแนวทางและมาตรการทางการกำกับดูแลเชิงกายภาพ เพื่อให้การพัฒนากายภาพเมืองเกิดประโยชน์สูงสุดตามศักยภาพ หรือเป็นไปตามวิสัยทัศน์ของการพัฒนาที่ได้วางไว้

การออกแบบในฐานะเครื่องมือและกระบวนการพัฒนาทางกายภาพ นอกจากเป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการออกแบบแล้ว ยังเป็นกระบวนการที่ต้องการส่วนร่วมของผู้ใช้ประโยชน์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบการประชุมกลุ่มย่อย การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ หรือวิธีการอื่น ๆ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการออกแบบเมืองคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเชิงกายภาพของเมืองต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำความคิดเห็นและคำแนะนำที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาแผนและผังและเผยแพร่งานที่เหมาะสมต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ขอบเขตเนื้อหาของการออกแบบเมืองจึงซ้อนทับอยู่พอสมควรกับการวางผังเมือง โดยมีเครื่องมือและกลไกที่ใช้งานร่วมกันอยู่มาก นับตั้งแต่การกำหนดให้มีผังแนวคิดและผังแม่บท ไปจนถึงกลไกพื้นฐานที่

กำหนดให้การพัฒนากายภาพเมืองเป็นไปตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ ซึ่งต้องสอดคล้องกับผังเมืองรวมในระดับต่าง ๆ และข้อกำหนดทางกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คุณลักษณะสำคัญของการออกแบบเมืองที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากการผังเมือง คือ อิทธิพลจากงานสถาปัตยกรรม กล่าวคือ การออกแบบเมืองคำนึงถึงการออกแบบที่ว่าง หรือการสร้างความเป็นสถานที่ที่มีลักษณะหรือการใช้งานเฉพาะ เพิ่มเติมจากกลไกการใช้ประโยชน์ที่ดิน หรือการจัดสาธารณูปโภคสารธารณูปการที่เหมาะสมกับการพัฒนา 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) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนาเชิงพื้นที่และชี้นำการพัฒนาทางกายภาพเฉพาะจุด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ
5) เพื่อให้พื้นที่เมืองที่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ มีบทบาทในการเป็นพื้นที่เปลี่ยนผ่านหรือศูนย์กลางของการเชื่อมต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
6) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนากายภาพของเมือง โดยใช้การออกแบบเมืองในฐานะเวทีสาธารณะในการเปิดประเด็นทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นเศรษฐกิจใหม่ของเมือง นอกเหนือจากเศรษฐกิจการค้าและการบริการที่มีอยู่เดิม

การศึกษาในครั้งนี้แสดงตัวอย่างการออกแบบเมืองที่มีขอบเขตของการดำเนินการครอบคลุมตั้งแต่การผังเมือง มาจนการออกแบบรายละเอียดของการพัฒนาที่ว่างและอัตลักษณ์ของเมืองเพื่อการท่องเที่ยว กระบวนการออกแบบเมืองที่ประยุกต์ใช้ในงานนี้มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

1) วิเคราะห์ศักยภาพ ความพร้อม ปัญหา และข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ ของเมืองกรณีศึกษา และแสดงออกมาเป็นตาราง SWOT
2) เสนอสภาพพื้นฐานของความสัมพันธ์ของเมืองกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวคิดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองให้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นและสมดุลย์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษา โดยแสดงออกมาในรูปแผนภูมิแนวคิด
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 และมีความหลากหลายด้านกิจกรรมที่ตอบรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ในปัจจุบันภูเก็ตกำลังประสบปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานและการผังเมือง ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม การจราจร และปัจจัยด้านแรงงาน ปัญหาพื้นฐานเหล่านี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่เดิมและที่จะสร้างขึ้นมาใหม่ ภูเก็ตในปัจจุบันจึงถือเป็นตัวอย่างของเมืองที่ติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง กล่าวคือ แม้ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสามารถตอบรับกับตลาดการท่องเที่ยวที่เติบโตและหลากหลายได้อยู่ แต่ยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพดีหรือที่พึงประสงค์ได้มากไปกว่าเดิมเท่าใดนัก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกในยุโรปและสหรัฐอเมริกา แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยได้เพิ่มมากขึ้นในทุกปี แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวก็ยังคงประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง

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

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวตามที่นำเสนอไปในบทก่อนหน้านี้ สำหรับกรณีศึกษาเมืองภูเก็ตในบทนี้มีประเด็นสำคัญดังนี้

1) การประมวลภาพสถานการณ์การท่องเที่ยว ทั้งภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพื้นที่ พฤติกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว รูปแบบของการใช้จ่าย กิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานที่สำคัญจนมาถึงการเป็นเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2) การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่เรื่องกรณีสัณฐานและการตั้งถิ่นฐาน 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 การพัฒนาหาดกะรนตามแนวคิดหากสร้างสรรค์ เพื่อให้รับกับการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรม และการพัฒนาพื้นที่ขุมเหมืองให้เป็นแหล่งพักอาศัยและแหล่งน้ำดิบที่สำคัญเพื่อรองรับการเติบโตของความเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยทั้ง 3 พื้นที่จะเป็นพื้นที่สำคัญของการพัฒนาที่จะส่งเสริมให้เมืองภูเก็ตยังคงดำเนินความเป็นเมืองชั้นนำในฉากทัศน์ที่มีความแตกต่างกันได้

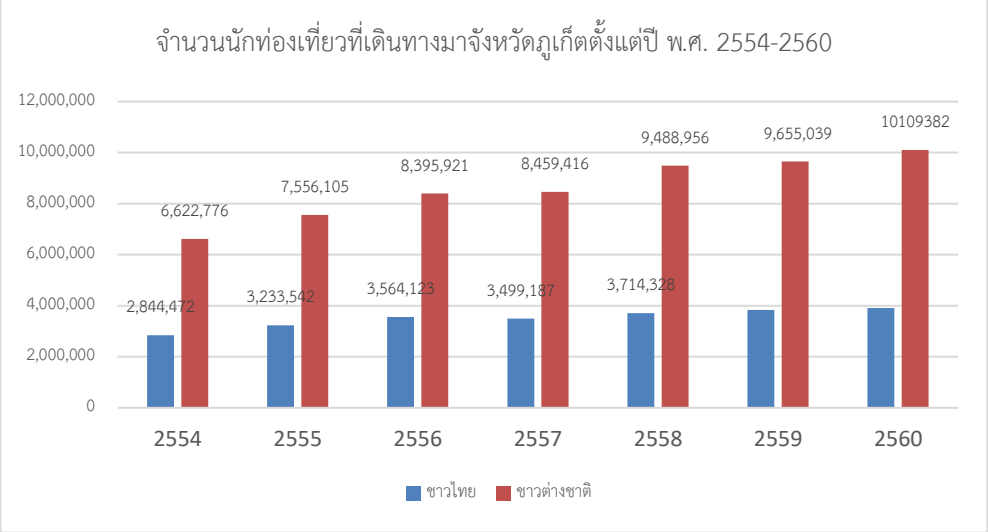
4) ข้อเสนอการออกแบบเมือง ซึ่งเริ่มจากการศึกษาความเป็นไปได้ของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวภูเก็ตในลักษณะของ multi-brand และ international brand ไปพร้อมกัน ตามด้วยการวิเคราะห์รายละเอียดของพื้นที่ยุทธศาสตร์ทั้ง 3 แห่ง จนนำไปสู่แนวคิดในการพัฒนา กรณีศึกษา โครงการ เสนอแนะในรูปแบบต่าง ๆ

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาตามประเด็นทั้ง 4 ข้อข้างต้น ส่วนผลการประชุมในพื้นที่ศึกษาและสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทนหน่วยงานและผู้นำในพื้นที่ศึกษา (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 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 70 มีชาวจีนเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ รัสเซีย ออสเตรเลีย เยอรมนี และสหราชอาณาจักร

ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีอัตราการเติบโตที่มากขึ้นส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีมากขึ้นเช่นกัน[77]



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

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว, 2555-2561

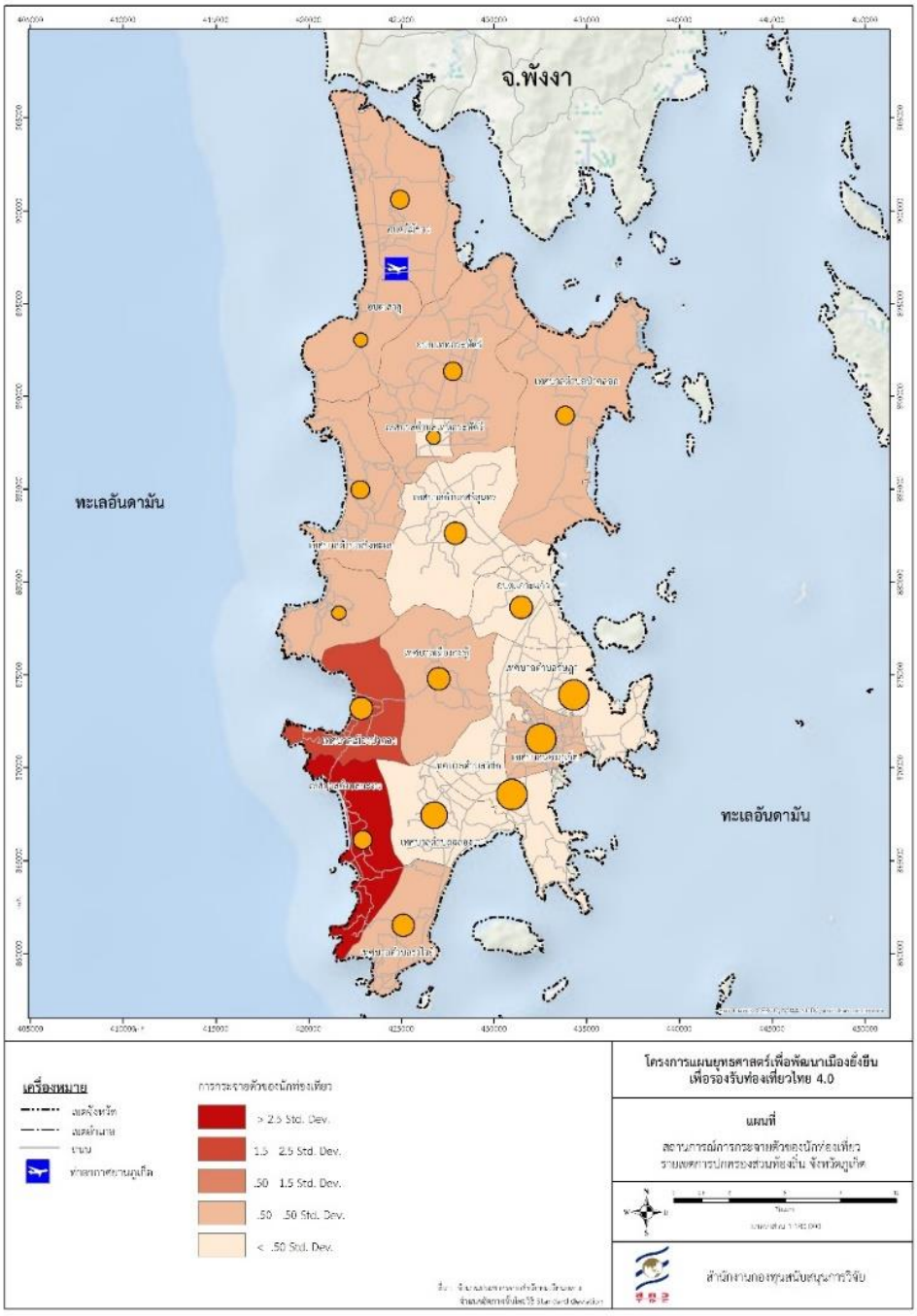
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีสอดคล้องกับจำนวนเที่ยวบินที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน จากข้อมูลจากบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ใน พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้โดยสารกว่า 6 ล้านคนมาลงที่จังหวัดภูเก็ต และคาดการณ์ได้ว่าแนวโน้มจำนวนผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในการนี้ จึงมีโครงการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อมารอบรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น 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 เนื่องด้วยเป็นบริเวณที่นิยมของชาวต่างชาติ (กองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์โรงแรมศรีพันวา, ม.ป.ป.)



แผนภาพที่ 5-3 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ต

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

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย

- ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 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 คิดเป็นร้อยละ 22.6 และช่วงรายได้อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- มาเพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน (82.3%) เยี่ยมญาติ/เพื่อน (9.5%) ส่วนเหตุผลที่มาภูเก็ตคือ อาหารอร่อย (20.4%) รองลงมาคือมีความปลอดภัย (20.0%) มีสถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจ (19.4%)
- การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภูเก็ต มากที่สุดจาก เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 34.0 ลองลงมาคืออินเตอร์เน็ตร้อยละ 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%)

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ

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

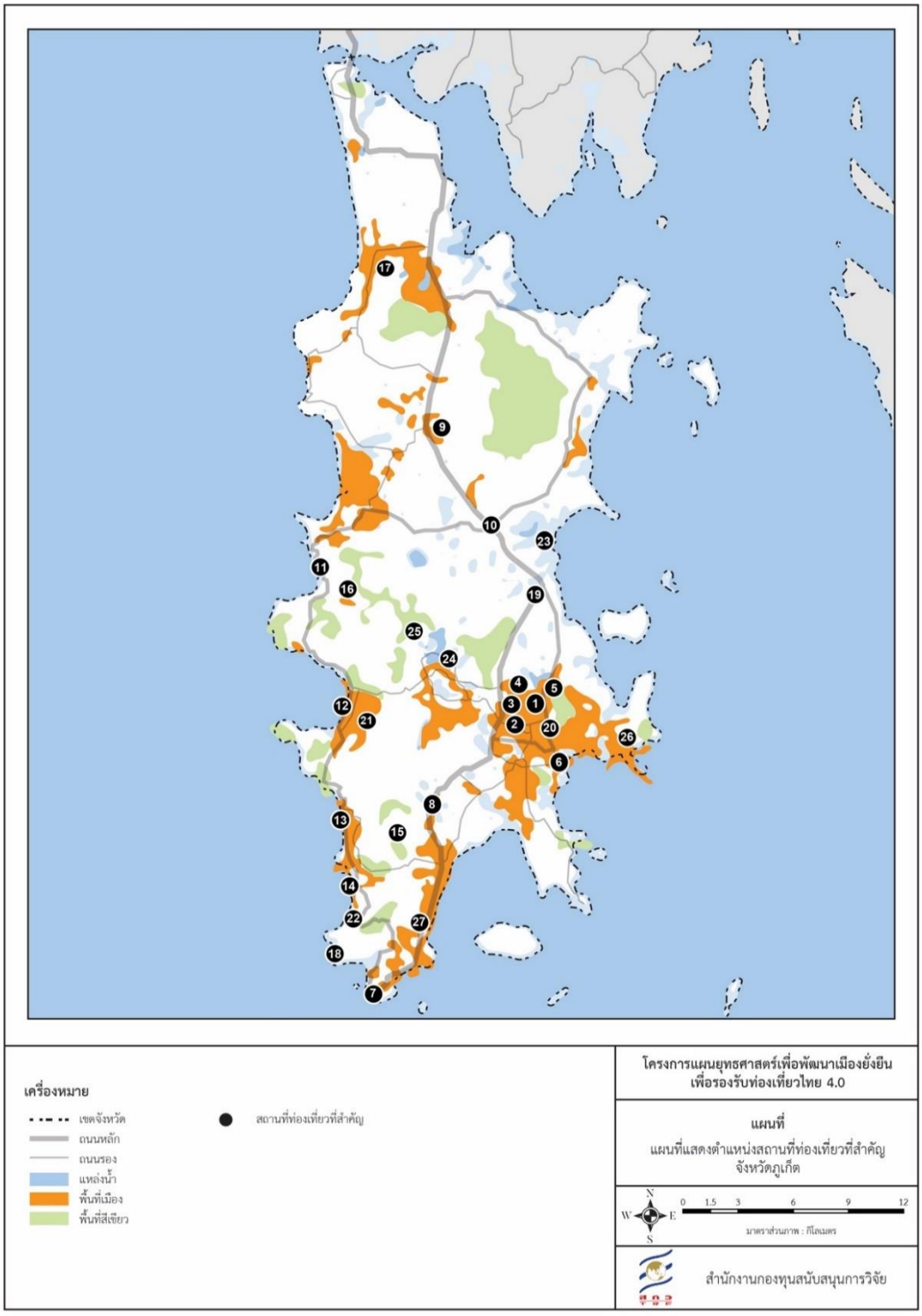
- ช่วงอายุ 25-34 ปีมากที่สุด (40.6%) ตามด้วย 35-44 ปี (37.5%) และช่วงอายุอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ แม่บ้าน/ว่างงาน ร้อยละ 25.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.0 และอาชีพอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- รายได้ต่อเดือน 20,000-39,999 USD มากที่สุดร้อยละ 31.9 ลองลงมาคือ 60,000 – 79,999 คิดเป็นร้อยละ 21.4 และช่วงรายได้อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- มาภูเก็ตเพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจมาภูเก็ตคือ มีสถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือมีความปลอดภัย 20.6 และมีอาหารที่อร่อยร้อยละ 18.0
- การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภูเก็ต มากที่สุดคือทางอินเตอร์เน็ตร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ทางโทรทัศน์ร้อยละ 22.3 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอื่น ๆ ในสัดส่วนที่น้อย
- การเดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาเป็นครั้งที่ 2 ร้อยละ 4.4 และมากกว่า 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 พงษ์พัชราธรเทพ ได้ใช้วิธีเหมืองข้อมูล/ข้อความ (data/text mining) ในการวิเคราะห์ความเห็นและบทสนทนาของนักท่องเที่ยวจีนในสื่อโซเชียลภาษาจีนเกี่ยวกับความนิยมและความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ภูเก็ตยังคงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจีน โดยมีพฤติกรรมแบบ SoLoMo (social, local, mobile) คือมีพฤติกรรมที่ใช้สื่อโซเชียลในการสืบค้นและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ และใช้โทรศัพท์มือถือในการวางแผนและเลือกสถานที่และกิจกรรมในการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงการแสดงความเห็นหรือการรีวิวเกี่ยวกับโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ตและในเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทย ข้อค้นพบหนึ่งที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มนี้มักใช้แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันของบริษัทจีนเสียเป็นส่วนใหญ่ มีอยู่น้อยมากที่เป็นแพลตฟอร์มและเทคโนโลยีของคนไทย จึงเป็นโจทย์สำคัญสำหรับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายตามสถาพภูมิประเทศและการตั้งถิ่นฐาน 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. นั่งเรือกอจ๊าน ชมป่าชายเลน
7. แหลมพรหมเทพ
8. วัดฉลอง
9. วัดพระทอง (พระผุด)
10. อนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรีและท้าวศรีสุนทร
11. หาดกมลา
12. หาดป่าตอง
13. หาดกะรน
14. หาดกะตะน้อย หาดกะตะใหญ่
15. พระพุทธมิ่งมลคลเอกนาคคีรี
16. ภูเก็ตแฟนตาซี
17. สวนน้ำ Splash Jungle
18. แหลมกระทิง
19. บ้านตีลังกา
20. ภูเก็ต ทริกอาย 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 กิจกรรมรองสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีเวลาประมาณ 1 อาทิตย์ขึ้นไป

1) การท่องเที่ยวเกาะ จังหวัดภูเก็ตนั้นล้อมรอบไปทะเลและหมู่เกาะ 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 และเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกอย่างในปัจจุบัน สรุปประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐานของภูเก็ตพอสังเขปได้ดังนี้

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

หลักฐานของการตั้งถิ่นฐานยุคก่อนประวัติศาสตร์ในภูเก็ตมีโดยอ้างอิงจากหนังสือภูมิศาสตร์และแผนที่เดินเรือของปโตเลมี เมื่อประมาณ พ.ศ. 700 กล่าวถึงการเดินทางจากแหลมสุวรรณภูมิลงมาจนถึงแหลมมลายู ซึ่งต้องผ่านแหลม "จังซีลอน" จนมีการพบบันทึกที่กล่าวถึงเกาะภูเก็ตที่แต่เดิมใช้คำว่า "ภูเก็จ" อันแปลว่าเมืองแก้ว ตรงกับความหมายเดิมซึ่งชาวทมิฬเรียก มณีคราม ตามหลักฐาน พ.ศ. 1568 เชื้อชาติของผู้คนบนเกาะภูเก็ตนั้นมีความแตกต่างและหลากหลายทางวัฒนธรรมมาตั้งแต่โบราณ นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีส่วนใหญ่มี

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

หลักฐานทางโบราณคดีเช่น ตำนาน พงศาวดาร ตลอดจนประวัติศาสตร์ ได้กล่าวถึงตำนานเมืองนครศรีธรรมราชก็ได้ระบุว่า ในบรรดาเมืองสิบสองนักษัตรของนครศรีธรรมราชโบราณนั้น "เมืองตะกั่วถลาง"เป็นเมืองลำดับที่ 11 ชื่อว่า"เมืองสุนัขนาม"หรือเมืองประจำปีจอ มีตราประจำเมืองเป็นรูปสุนัข และผู้ปกครองภูเก็ตสมัยนั้นได้ถือรูปสุนัขมายกย่องนับถือ เมืองนี้อาจตั้งอยู่ที่อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต มีตำบลหนึ่งทางตะวันตกชื่อว่าตำบลกมลา แต่ชาวบ้านโบราณเรียกว่า "บ้านกราหม้า" มีความหมายว่าหมู่บ้าน "ตราหมา" ซึ่งตรงกับตราประจำเมือง "สุนัขนาม" ในอดีต

จากหมู่บ้านกมลามา มีพื้นที่ราบกว้างใหญ่ติดต่อเข้าสู่ภูเก็จฝั่งตะวันออก ในระหว่างฟากตะวันตกกับฟากตะวันออกของที่ราบนี้ มีหมู่บ้านชื่อว่า "บ้านมานิค" ซึ่งมาจากคำภาษาทมิฬโบราณ แปลว่า ทับทิม หรือ แก้ว มีการสันนิษฐานว่าเป็นชื่อผันแปรมาจากคำว่า "มนิกกิมัม" ในจารึกภาษาทมิฬที่พบจากอำเภอตะกั่วป่าใกล้กับเทวรูปในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไวษณพนิกาย ซึ่งถูกทิ้งอยู่ในเขาพระนารายณ์นานมาแล้ว คำว่า "มนิกกิมัม" แปลว่า "เมืองทับทิม" หรือ "เมืองแก้ว"



แผนภาพที่ 5-5 ภาพแสดงการปรากฏของคำว่า “จังซีลอน” บริเวณภูเก็ต
ที่มา : แผนที่โดย John Cary, Engraver 1801

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

พ่อขุนรามคำแหงมหาราชแผ่อำนาจลงมาทางใต้ และมีชัยชนะเหนืออาณาจักรศิริธรรมนครในพ.ศ. 1825 ภูเก็จ ซึ่งเป็นเมืองบริวารของนครศรีธรรมราช จึงเป็นเมืองประเทศราช กล่าวคือ ทางสุโขทัยมิได้ส่งเชื้อพระวงศ์หรือข้าราชการลงมาปกครองหากแต่ปล่อยให้เจ้านครศรีธรรมราชปกครองอยู่เช่นเดิม โดยต้องจัดส่งส่วยเป็นเครื่องราชบรรณาการต่อกรุงสุโขทัยอย่างสม่ำเสมอมิให้ขาดตอนส่วยที่มีความสำคัญในสมัยนั้นจากนครศรีธรรมราชและภูเก็จก็คือดีบุก โดยเป็นที่ต้องการที่สุโขทัยมากสำหรับการหล่อพระพุทธรูปและเทวรูปทองสัมฤทธิ์

ผลจากการที่สุโขทัยเข้าปกครองภาคใต้ประมาณ 98 ปี ทำให้ได้แลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคใต้และภาคอื่น ๆ ในอาณาจักร ทำให้มีการผสมผสานกลมกลืนกัน เป็นพื้นฐานให้สามรถรวมกันเข้าเป็นอาณาจักรไทยในเวลาต่อมา จนถึงการที่กรุงสุโขทัยสูญเสียเอกราชให้แก่อาณาจักรกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 1921 ภูเก็จได้ตกเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาเช่นเดียวกับเมืองอื่น ๆ

ต่อมาได้มีการเปลี่ยนผูกขาดสัมปทานแร่ดีบุก และตั้งห้างค่าแร่ดีบุกในเมืองถลาง ราวปี พ.ศ. 2126 โดยชาวโปรตุเกส และภายหลังเป็นชาวฝรั่งเศส และเมื่อ พ.ศ. 2314- 2315 กับตันฟรานซิส ไลท์ ได้เข้ามาขอสัมปทานในช่วงยุคกรุงธนบุรี ซึ่งมีความต้องการฟื้นฟูฐานะเมืองไทยหลังสงคราม ซึ่งประสบปัญหาข้าวยากหมากแพง การค้าแร่ดีบุกจึงเป็นหนทางช่วยเหลืออันมีประโยชน์อย่างแท้จริงทางหนึ่ง ฝ่ายพระยาพิมลจึงได้มีหน้าที่กำกับดูแลการค้าแร่ระหว่างเมืองถลางกับกัปตันฟรานซิส ไลท์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2314 สืบมาจนได้รับแต่งตั้งเป็นเจ้าเมืองถลาง

ในสมัยที่เกิดเหตุการณ์สงครามเก้าทัพ ตรงกับ พ.ศ. 2328 ในรัชสมัยรัชกาลที่ 1 พม่าได้ยกทัพมาตีไทย โดยมีทัพหนึ่งยกมาทางใต้ เมื่อตีเมืองตะกั่วป่าตะกั่วทุ่งได้แล้ว ก็มุ่งตีเมืองถลางทันที ขณะนั้นพระยาพิมล เจ้าเมืองถลางสามีของคุณหญิงจัน เพิ่งถึงแก่อนิจกรรมไม่นานนัก จึงไม่มีใครบัญชาการรบ คุณหญิงจันและนางมุกน้องสาวร่วมกับเจ้าเมืองภูเก็จ คือ พระยาทุกขราช (เทียน) ลูกชายของคุณหญิงจัน จึงเตรียมป้องกันเมืองถลาง จนพม่าต้องถอยทัพกลับไป วีรกรรมครั้งนั้นทำให้รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าให้คุณหญิงจันเป็นท้าวเทพกระษัตรี นางมุกเป็นท้าวศรีสุนทร ส่วนตำแหน่งเจ้าเมืองถลางที่ว่างอยู่ทางกรุงเทพฯ ได้แต่งตั้งคนนอก คือ เจ้าพระยาสุรินทราชา มาเป็นผู้สำเร็จราชการ แต่ในภายหลัง คนในกลุ่มเครือญาติถลาง คือ พระยาทุกขราช(เทียน) ก็ได้รับแต่งตั้งให้เป็นพระยาถลางใน พ.ศ. 2331 ซึ่งต่อมาใน พ.ศ. 2352 เกิดศึกถลางครั้งที่สองขึ้น ถลางพ่ายแพ้แก่ทัพพม่า อย่างยับเยิน เมืองถลางกลายเป็นเมืองร้าง 15 ปีต่อมา (พ.ศ. 2367) รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้รื้อฟื้นสร้างเมืองใหม่ที่บ้านท่าเรือประจวบกับช่วงนั้น มีการพบสายแร่ที่บ้านเก็ตโฮ่ (อ.กะทู้) และที่บ้านทุ่งคา (อ.เมืองภูเก็ต) ความเจริญและชุมชนเมืองจึงย้ายไปตามแหล่งที่พบสายแร่แต่เมืองเหล่านั้น (บ้านกะทู้ บ้านทุ่งคา) แต่ก็อยู่ในฐานะเมืองบริวารของถลาง



แผนภาพที่ 5-6 ภาพการสู้รบท้าวเทพกระษตรีและท้าวศรีสุนทร ในสงครามเก้าทัพ
ที่มา : จิตรกรรมศึกถลาง พ.ศ. 2328, https://www.facebook.com/Talangdistrict/photos/

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

ช่วงสมัยรัชกาลที่ 3-4 กิจการเหมืองแร่เจริญก้าวหน้ามาก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลง รูปแบบการส่งส่วยดีบุก มาเป็นการผูกขาดเก็บภาษีอากรแบบเหมาเมือง ตลอดจนการทำสนธิสัญญากับต่างชาติ ส่งผลให้ธุรกิจการค้าดีบุกขยายตัวอย่างกว้างขวาง คนจีนพากันหลั่งไหลเข้ามาทำเหมืองจนกลายเป็นชนกลุ่มใหญ่ในภูเก็ตจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2435) ได้มีการปฏิรูปการปกครองเป็นระบบมณฑลเทศาภิบาล มีการแต่งตั้งให้พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี้ ณ ระนอง) เป็นสมุหเทศาภิบาลมณฑลภูเก็ต ในช่วงนี้เองที่ภูเก็ตเริ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีพระยารัษฎานุประดิษฐ์ฯ (คอซิมบี้ ณ ระนอง) เป็นผู้วางรากฐานด้านต่าง ๆ ทั้งระบบสาธารณูปโภค เช่น การสร้างถนน การพัฒนาเศรษฐกิจ ฯ รวมถึงการวางรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจในภูเก็ตจากการตราพระราชบัญญัติเหมืองแร่ และการริเริ่มการปลูกยางพาราในภาคใต้ของประเทศไทย

ต่อมาใน พ.ศ. 2450 กัปตันไมล์ ชาวออสเตรเลีย ได้นำเรือขุดแร่ในทะเลลำแรกเข้ามาในอ่าวทุ่งคา และการทำเหมืองก็ได้พัฒนาจากเหมืองหาบมาเป็นเหมืองสูบ หลวงอนุภาษภูเก็ตการได้เปิดเหมืองสูบที่ใช้ไฟฟ้าจากโรงจักรกลาง นับเป็นเหมืองสูบแห่งแรกในจังหวัดภูเก็ต คือ เหมืองเจ้าฟ้า การทำมาหากินของชาวภูเก็ตได้อาศัยแร่ดีบุกเป็นเครื่องยังชีพมาโดยตลอด ฐานะทางเศรษฐกิจจึงค่อนข้างดี ต่อมากิจการเหมืองแร่ซบเซาจนต้องปิดกิจการไปในที่สุด เนื่องจากจำนวนแร่ดีบุกในภูเก็ตลดลง จำนวนแร่ที่ขุดได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย เศรษฐกิจภูเก็ตซบเซาอยู่ได้ไม่นาน กิจการใหม่ที่ทำรายได้ให้กับภูเก็ตไม่แพ้ดีบุกคือ ธุรกิจการท่องเที่ยว



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

เมืองท่องเที่ยวภูเก็ต และSmart City (พ.ศ.2502-ปัจจุบัน)

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

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

อีกปัจจัยหนึ่ง คือการเสด็จของในหลวง ร. 9 เมื่อ พ.ศ. 2502 นำมาซึ่งความเจริญและตัดถนนสู่หาดป่าตอง เป็นการเปิดชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ปรับเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรม และชุมชนริมทะเลสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายหลังจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการลงทุนและพัฒนาเป็นจำนวนมาก โดยขาดการวางแผนอย่างถี่ถ้วน ส่งผลต่ออาชีพและชุมชนดั้งเดิมของชาวภูเก็ต โดยในอนาคตจะเกิดการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอีกมาก โดยผ่านการวางแผนเพื่อเป็น Phuket Smart Ci

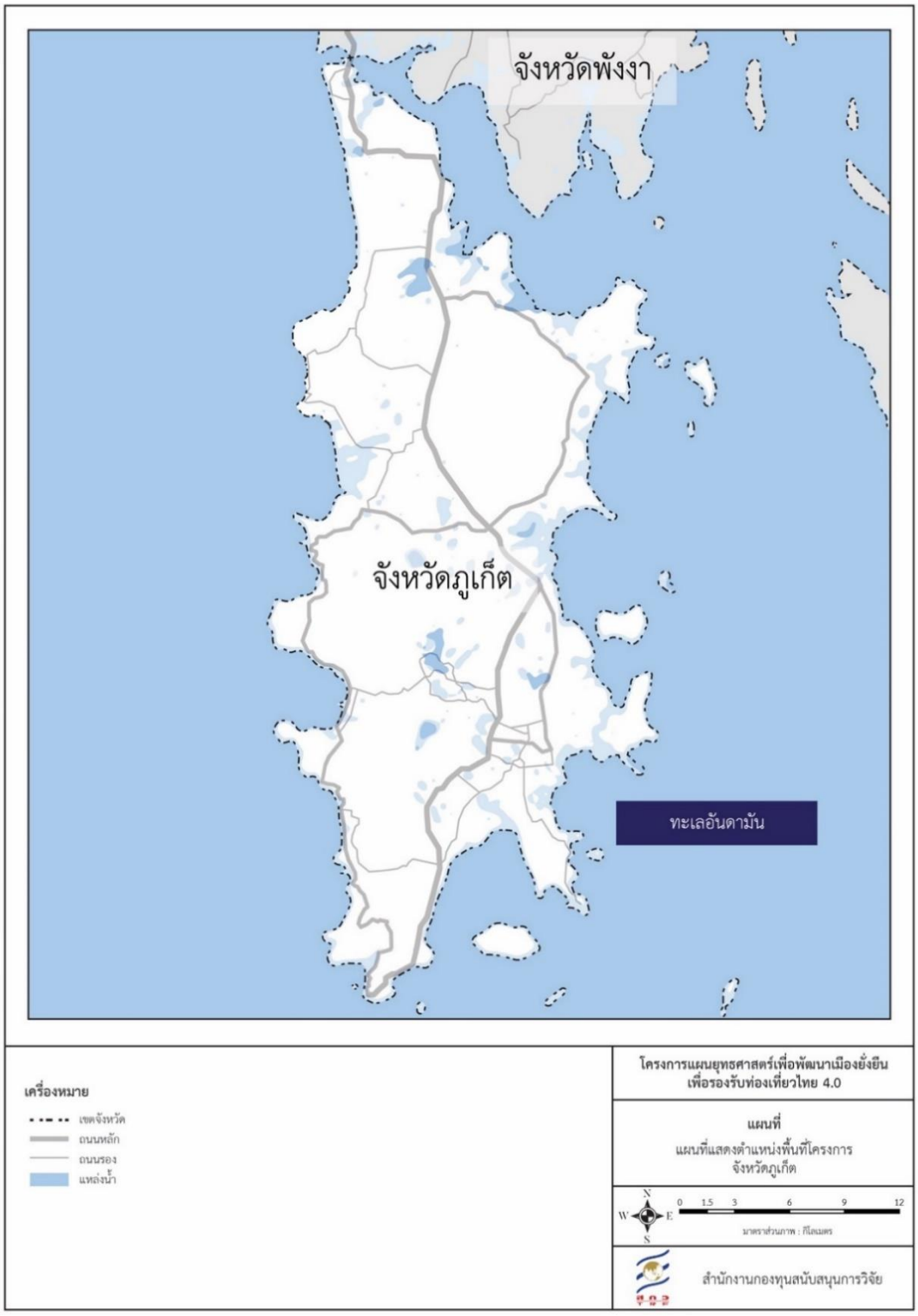


แผนภาพที่ 5-8 ภาพการเปลี่ยนของหาดป่าตองจาก พ.ศ.2513 และหาดป่าตองในปัจจุบัน

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

ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดภูเก็ต

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



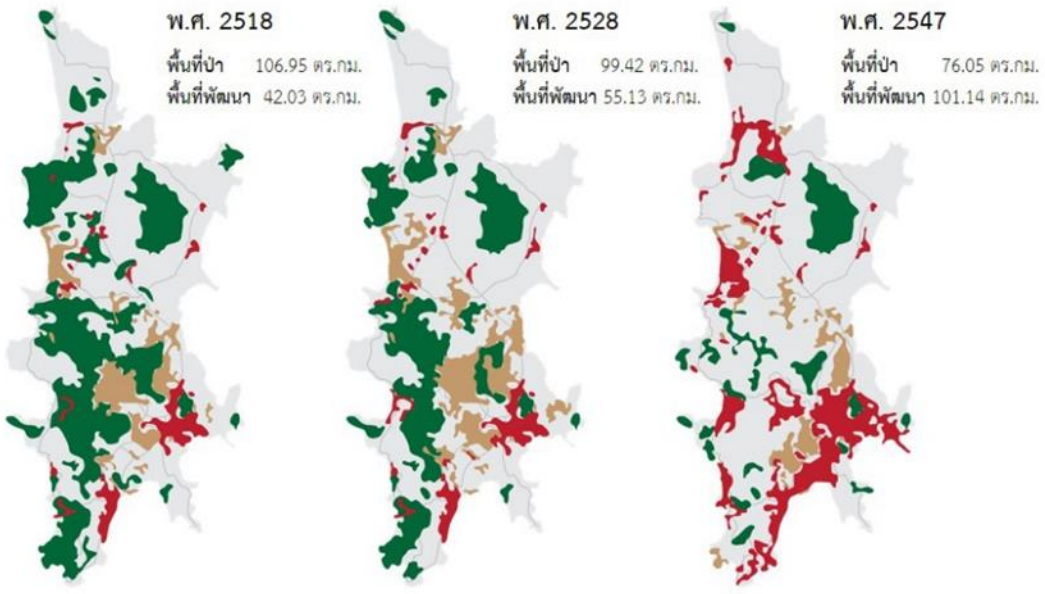
แผนภาพที่ 5-9 ตำแหน่งพื้นที่โครงการ จังหวัดภูเก็ต

ธรณีสัณฐานและการตั้งถิ่นฐาน

ธรณีสันฐานเดิมของเกาะภูเก็ตเป็นเกาะขนาดใหญ่ มีภูเขาอยู่ตรงกลาง และมีราบสลับเนินเขาอยู่โดยรอบ ทางตะวันออกมีลักษณะเป็นอ่าวและชายหาดสลับกับภูเขา ทำให้เหมาะกับการเป็นที่จอดเรือหรือการตั้งถิ่นฐานของหมู่บ้านชาวประมง เมื่อถูกค้นพบว่าเป็นแหล่งแร่ดีบุก ทำให้พื้นที่หลายแห่งของจังหวัดภูเก็ตถูกขุดเปิดให้เป็นขุมเหมือง ทำให้สภาพภูมิประเทศหลายแห่งถูกปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว บางส่วนถูกใช้เพื่อเป็นแหล่งน้ำดิบ อย่างไรก็ตามยังมีขุมเหมืองหลงเหลืออยู่บริเวณเชิงเขาในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการใช้งานเต็มประสิทธิภาพ

การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน

พื้นที่การใช้ประโยชน์ที่ดินในจังหวัดภูเก็ตขยายตัวกว่า 2.4 เท่า ในระยะเวลาเพียง 30 ปี โดยมีการรุกล้ำพื้นที่ป่าเพื่อเปลี่ยนแปลงเป็นพื้นที่เมืองและเกษตรกรรม พื้นที่พัฒนาส่วนมากเติบโตทางฝั่งตะวันออกของจังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับปริมาณคนที่เข้ามาทำกิจการมากขึ้น และบริเวณทางฝั่งตะวันตกมีการเติบโตจากการพัฒนาท่าอากาศยานภูเก็ต และการเข้ามาพัฒนาพื้นที่ของชาวต่างชาติเพื่ออยู่อาศัย บริเวณหาดลากูน่าและหาดบางเทา



แผนภาพที่ 5-10 การเปลี่ยนแปลงของการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในระยะเวลา 30 ปี

ที่มา : ประวัติศาสตร์เมืองภูเก็ตสมัยใหม่ พ.ศ. 2500 – 2550

โดย นางสาวญาณ์นภัส สกุลบุญพาณิชย์, ประวัติศาสตร์, มธ. 2547, สำนักงานโยธาธิการและผังเมือง ภูเก็ต

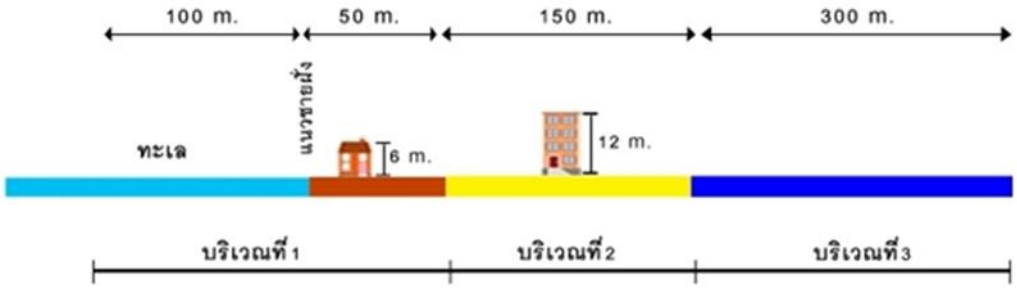
กฎหมาย ข้อบัญญัติ และข้อบังคับสำคัญในการตั้งถิ่นฐาน

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

ด้วยลักษณะเมืองที่เติบโตจากทางหาดหรือท่าเรืออันมีความสัมพันธ์กับทะเลนั้น ทำให้กิจกรรมส่วนมากอยู่บริเวณขอบของภูเก็ตทั้งสิ้น ทำให้เกิดการสัญจรไปยังขอบต่าง ๆ ของจังหวัดภูเก็ต ทำให้เกิดปริมาณการสัญจรภายในเกาะเป็นจำนวนมาก และยังคงไม่มีการควบคุม FAR จากผังเมืองรวมในปัจจุบัน

ส่วนประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560 และ ประกาศทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุมมวลอาคารภายในจังหวัดภูเก็ต ตามกายภาพของพื้นที่ โดยมีการควบคุมทั้งความสูงและ FAR เฉพาะพื้นที่ภายในเมืองภูเก็ตเท่านั้น โดยแยกออกเป็น 3 บริเวณ ได้แก่ เขตอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม เขตหนาแน่นมาก และเขตหนาแน่นสูงมาก

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 มีการควบคุมความสูงบริเวณริมขอบจังหวัดภูเก็ต เฉพาะฝั่งตะวันตกของพื้นที่ โดยมีการควบคุมความสูงสอดคล้องกับประกาศทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 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

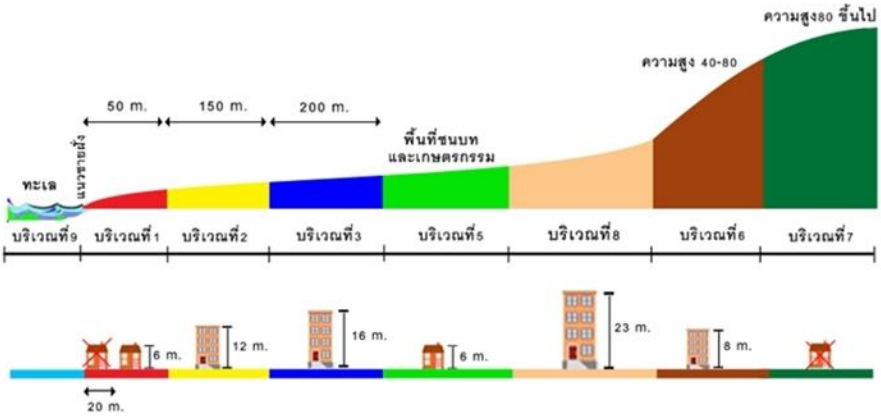
ที่มา : http://www.landusephuket.com/landusephuket_2016/

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

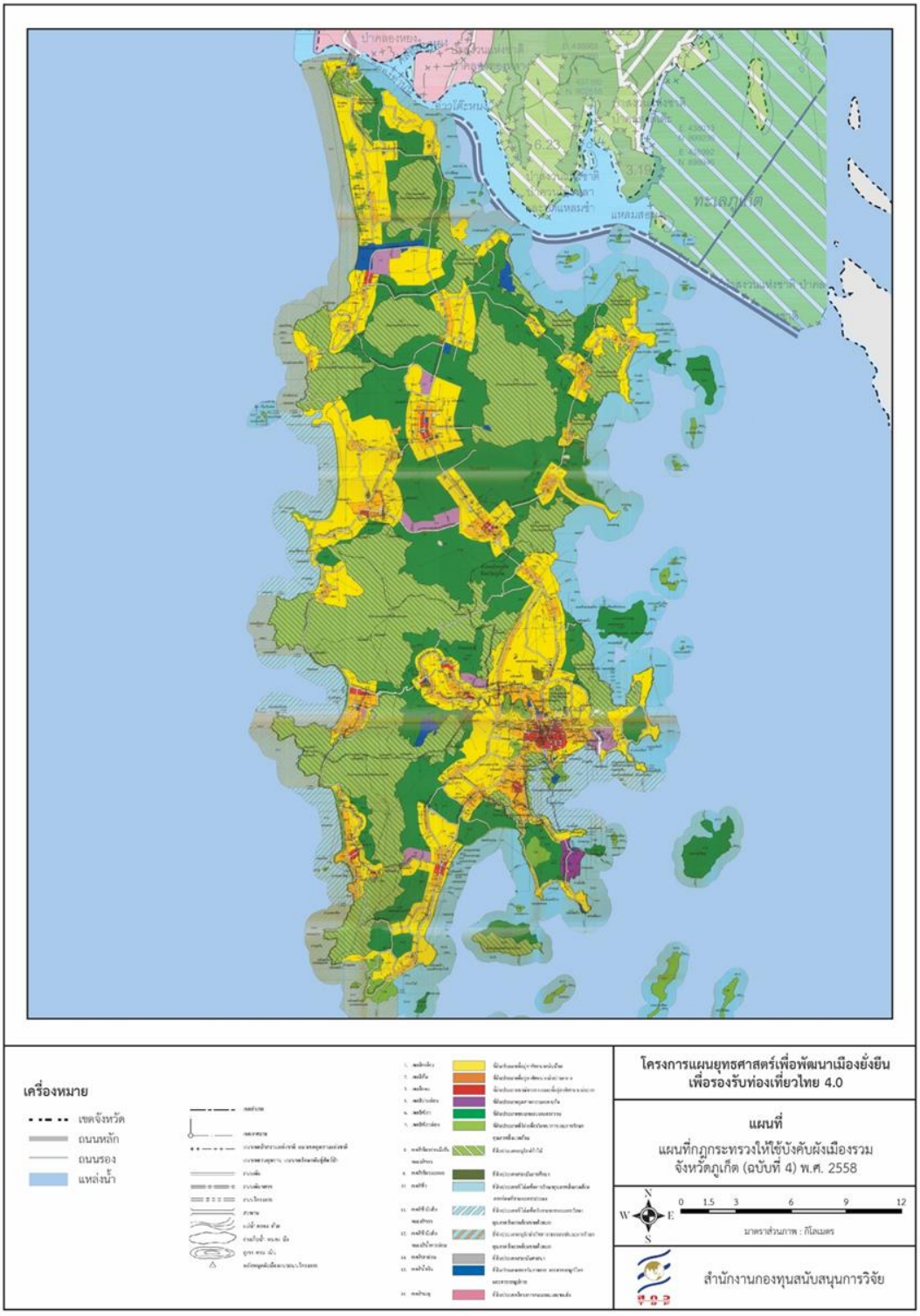
ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560 ในพื้นที่เมืองภูเก็ตได้รับการควบคุม FAR และความสูงของอาคาร โดยจำแนกออกเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่

- พื้นที่บริเวณที่ 4.1 (เขตอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปกรรม) ควบคุมความสูงอาคารไม่เกิน 9 เมตร ไม่มีการควบคุม FAR บริเวณเมืองเก่าภูเก็ตถนนถลาง ถนนพังงา ถนนเยาวราชเป็นต้น
- 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

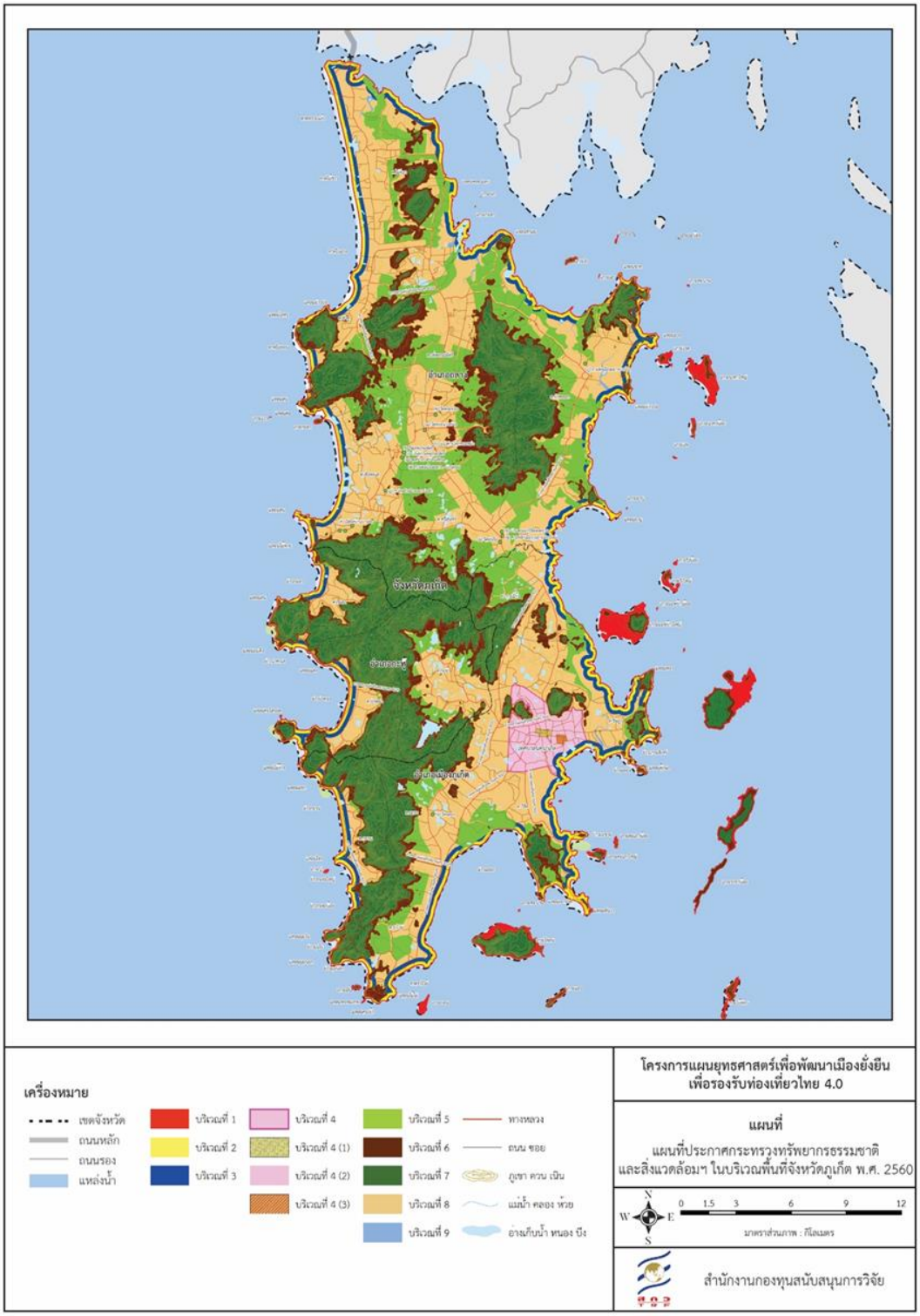
นอกจากนั้นมีการควบคุมความสูงจากแนวชายฝั่งทะเล โดยแยกระยะออกเป็น 3 ช่วง 50 เมตร 150 เมตร และ 300 เมตรตามลำดับจากแนวชายฝั่ง รวมเป็น 500 เมตร



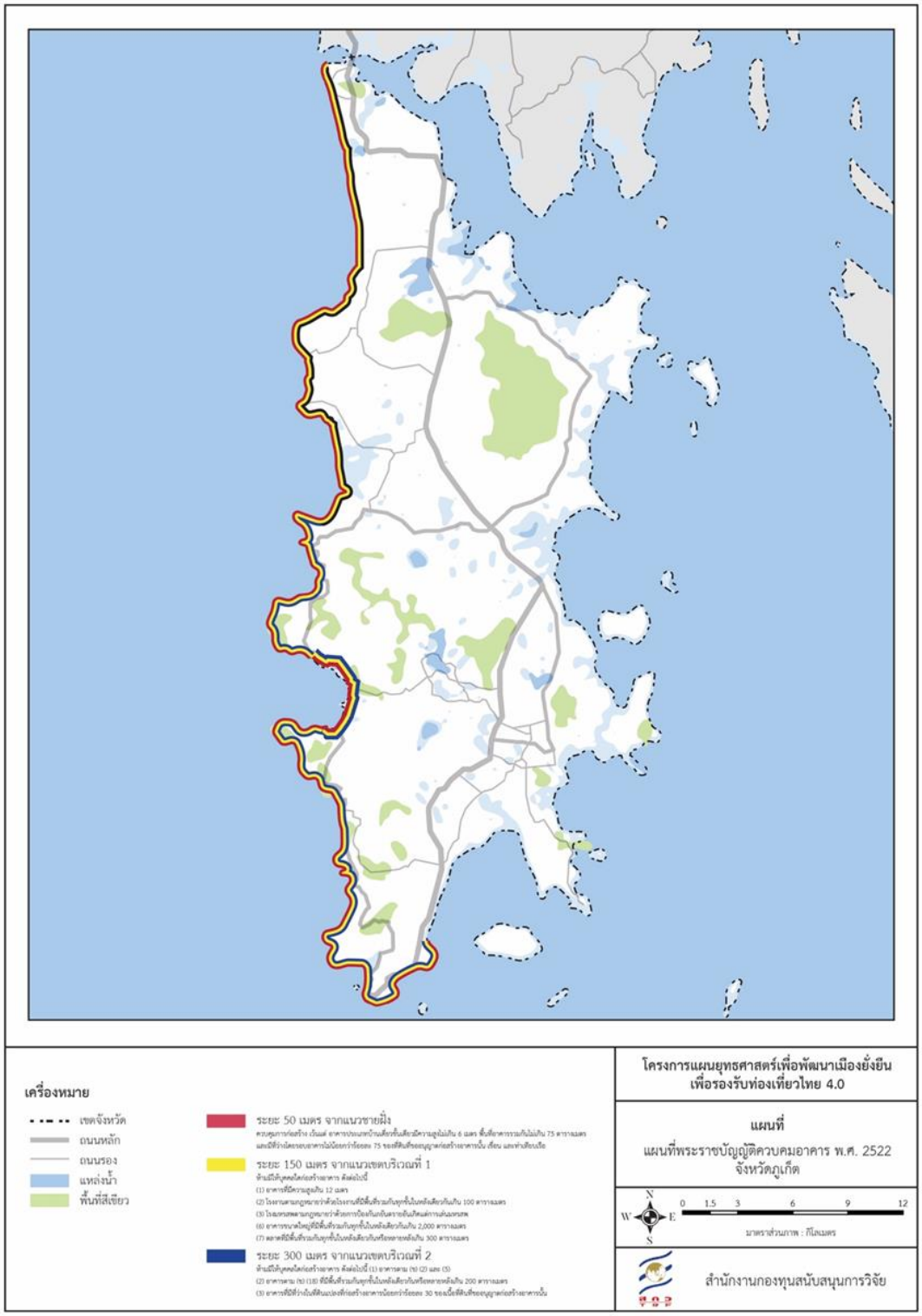
แผนภาพที่ 5-12 ภาพการควบคุมความสูงอาคารตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติฯ พ.ศ.2560
ที่มา : http://www.landusephuket.com/landusephuket_2016/



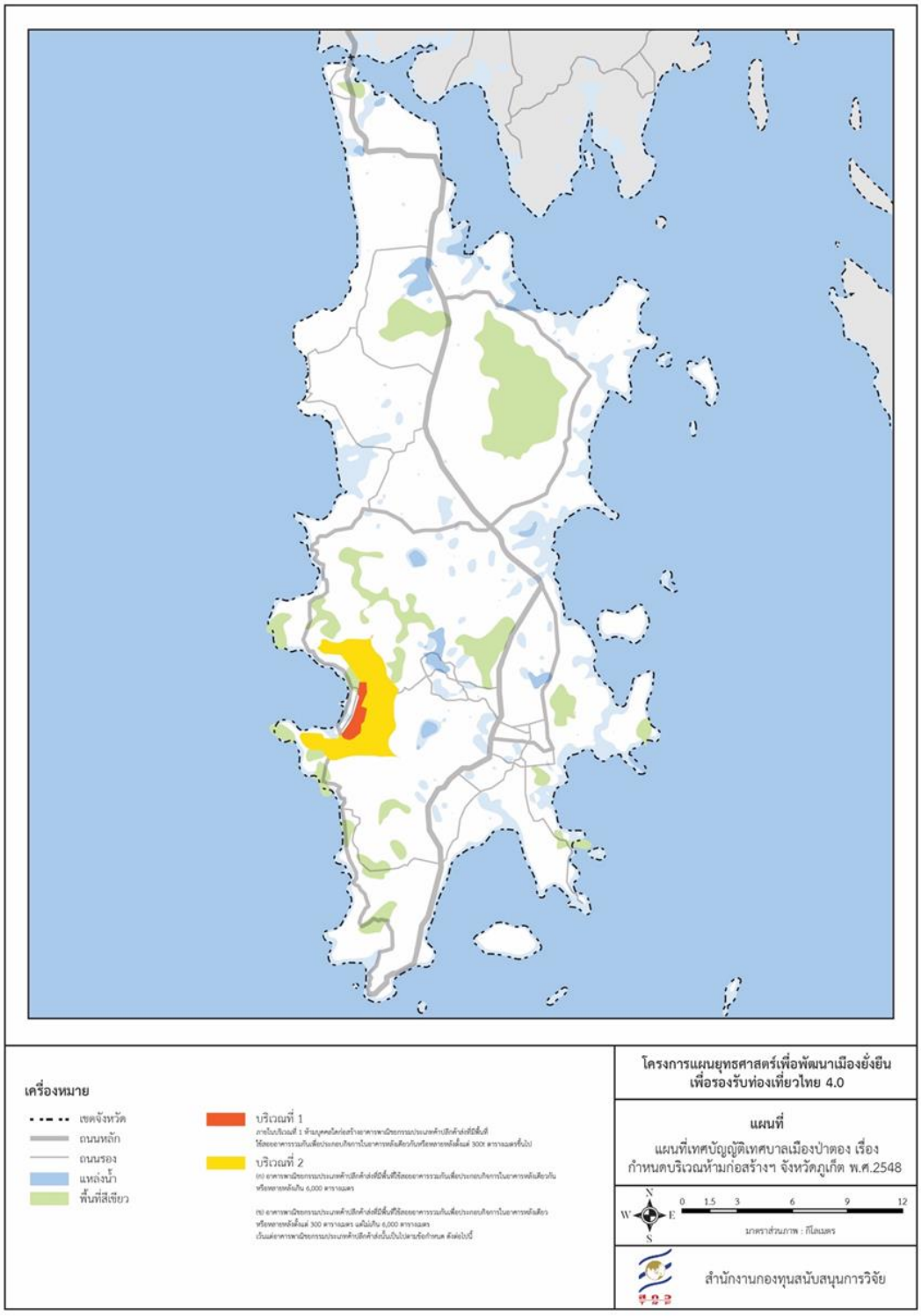
แผนภาพที่ 5-13 กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดภูเก็ต ฉบับที่ 4 พ.ศ.2558



แผนภาพที่ 5-14 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมฯ ในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560



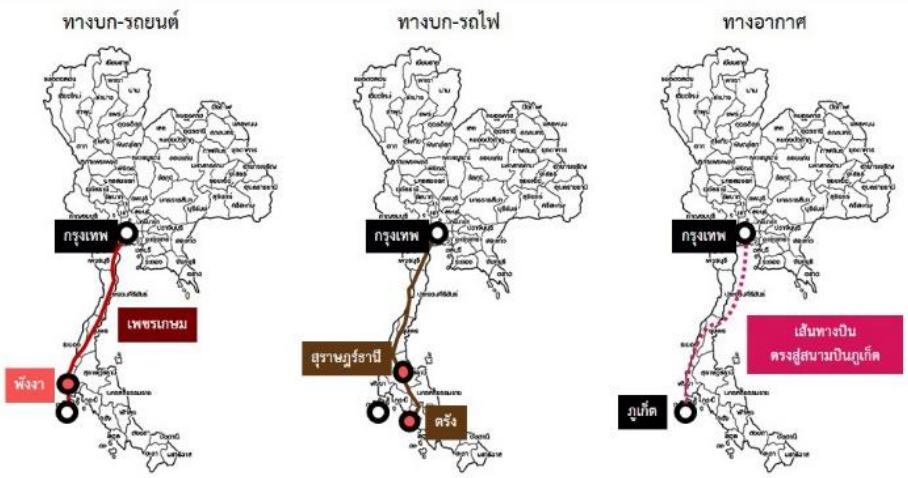
แผนภาพที่ 5-15 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2552 จังหวัดภูเก็ต



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

การคมนาคมและการเดินทาง

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

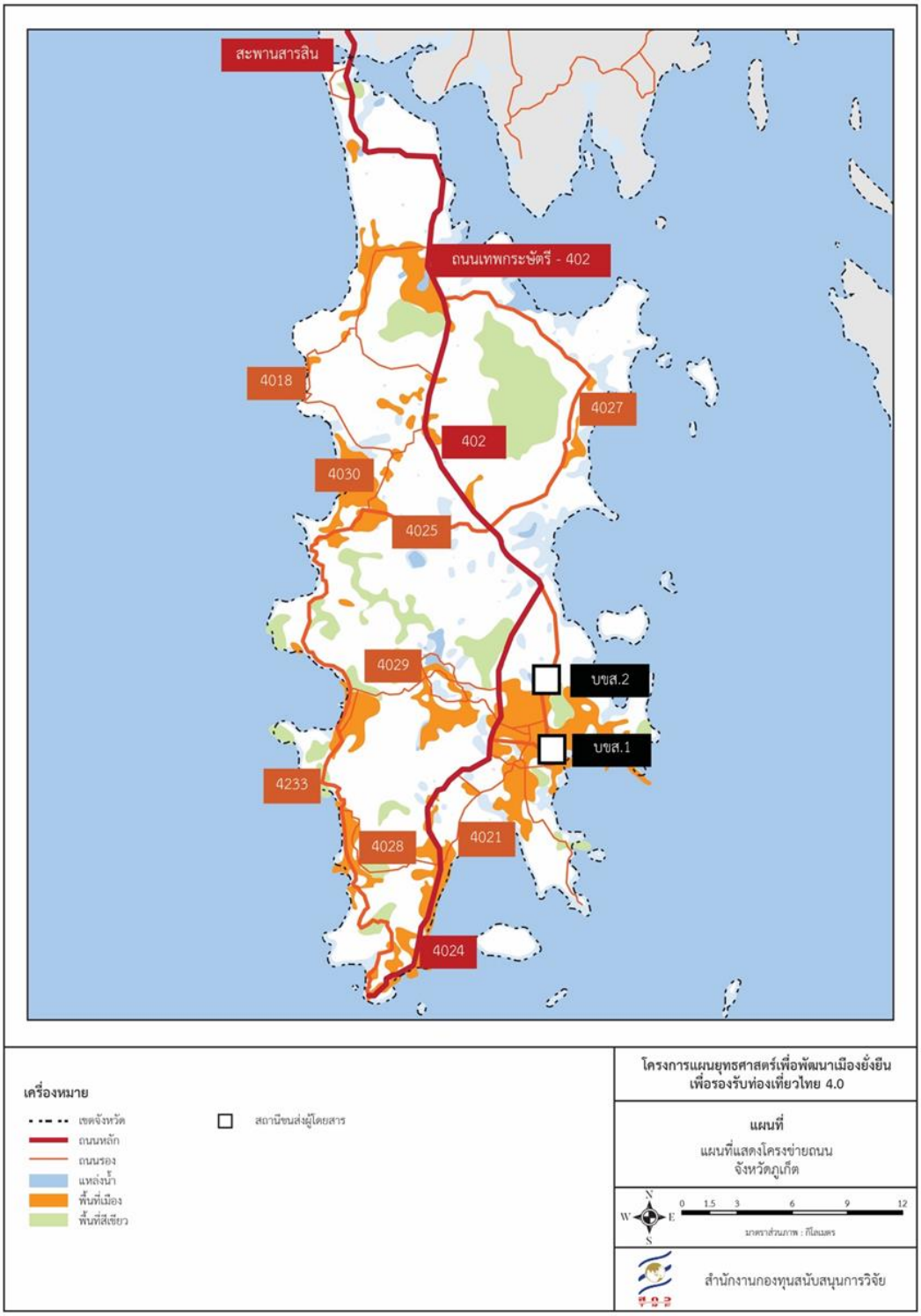


แผนภาพที่ 5-17 ศักยภาพเข้าถึงจังหวัดภูเก็ตโดยทางบก และทางอากาศ

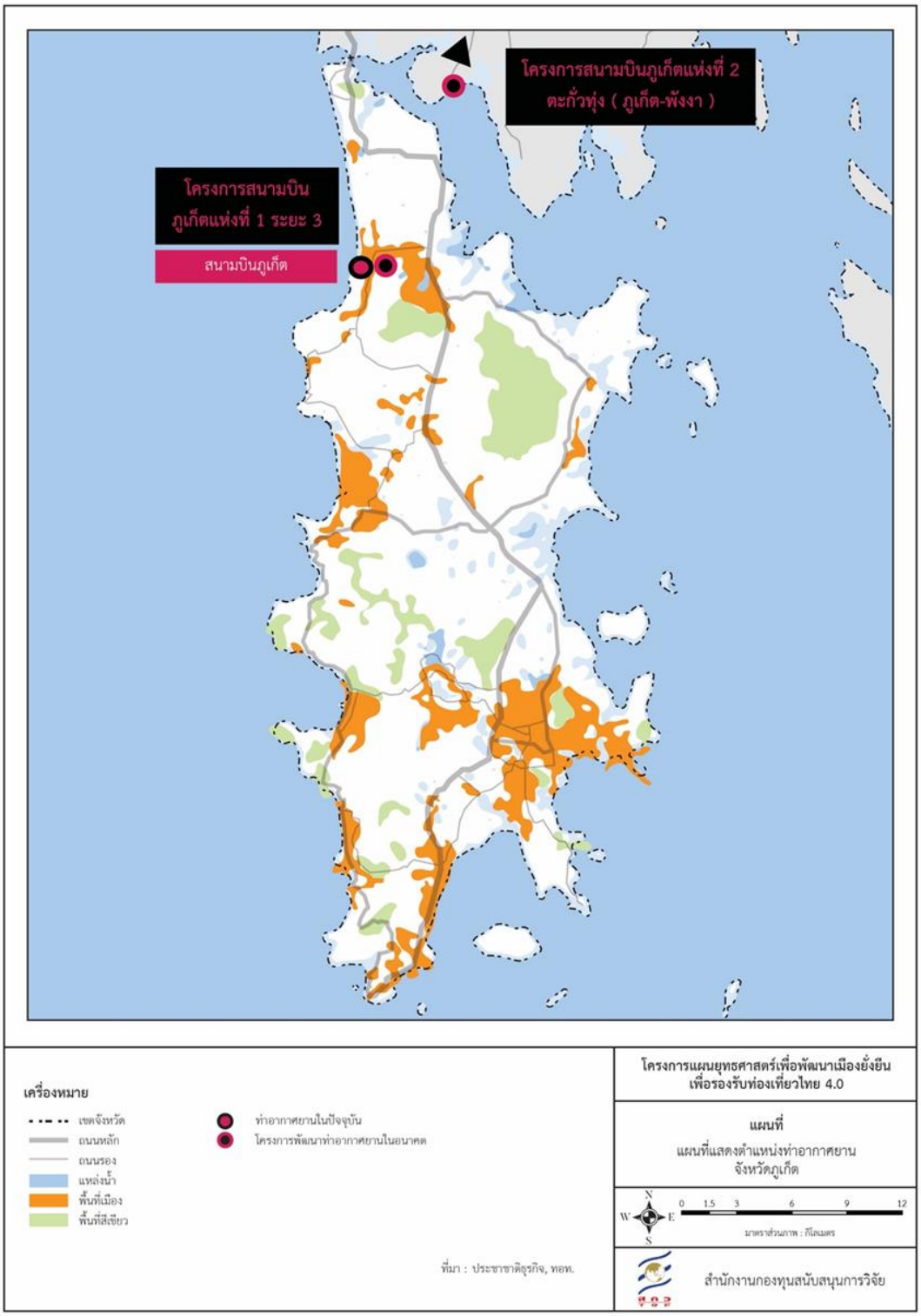
จังหวัดภูเก็ตสามารถเข้าถึงได้สะดวกจากทางอากาศ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ 60 ไร่ ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะ โดยมีขีดความสามารถการรองรับผู้โดยสาร 12.5 ล้านคนต่อปี และรองรับ 20 เที่ยวบินต่อชั่วโมง ในปัจจุบันอยู่ในการพัฒนาระยะที่ 2 (พ.ศ. 2561-2565) เพื่อเพิ่มปริมาณการรองรับ เป็น 18.5 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.

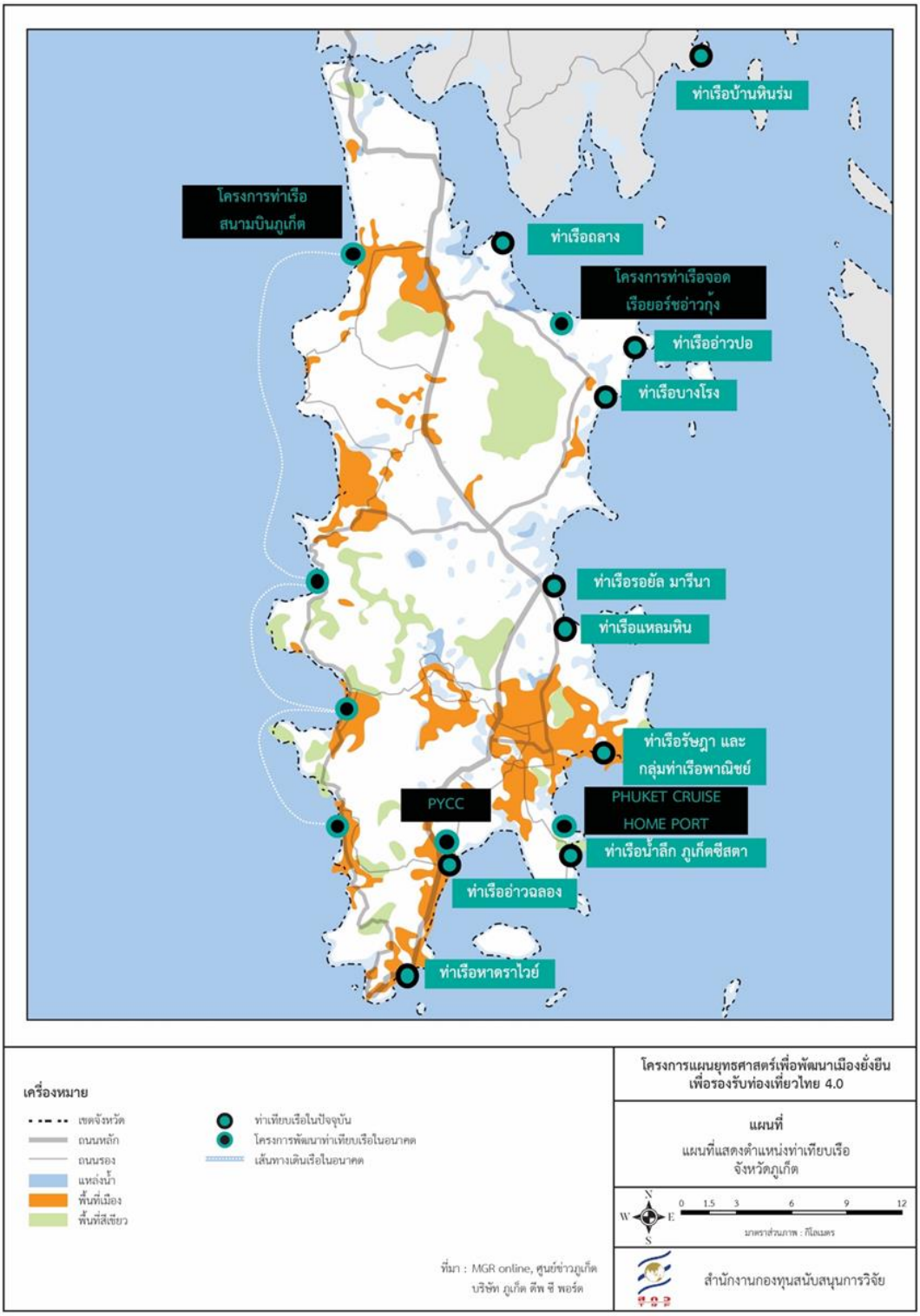
การเดินทางในเกาะภูเก็ตต้องพึ่งเส้นทางทางถนนเป็นหลัก ซึ่งเป็นข้อจำกัดอย่างมากเพราะยังมีถนนหลักอยู่เพียง 3 เส้นคือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 จากทิศเหนือของเกาะเข้าสู่เทศบาลนครภูเก็ต ทางหลวงหมายเลข 4024 เชื่อมจากทางตอนเหนือของอำเภอเมืองภูเก็ตสู่ทางใต้ของเกาะ และทางหลวงหมายเลข 4030 ที่วิ่งจากเหนือลงใต้ตามสภาพภูมิประเทศเพื่อเชื่อมหาดและแหล่งท่องเที่ยวต่าง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



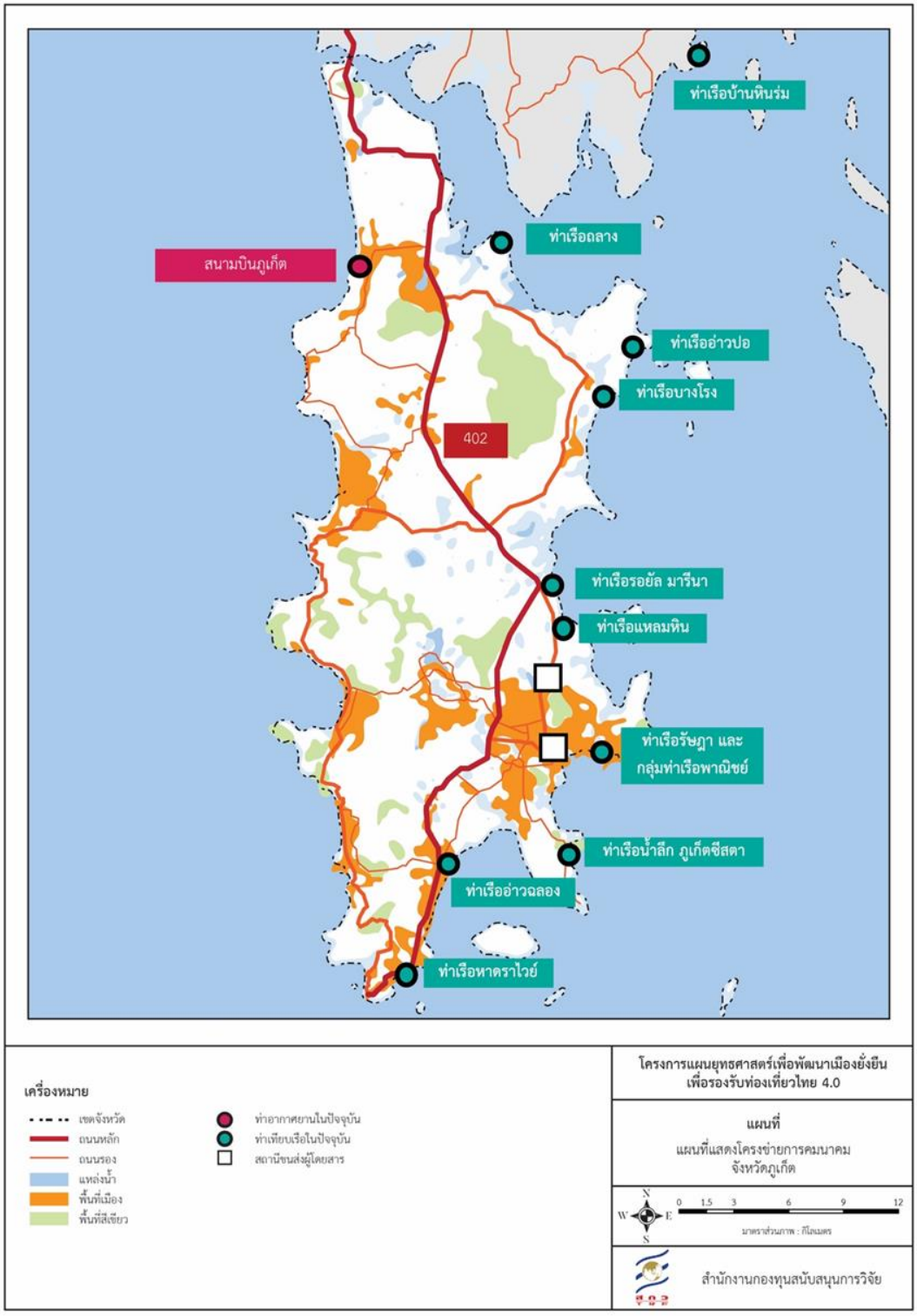
แผนภาพที่ 5-18 โครงข่ายถนน จังหวัดภูเก็ต



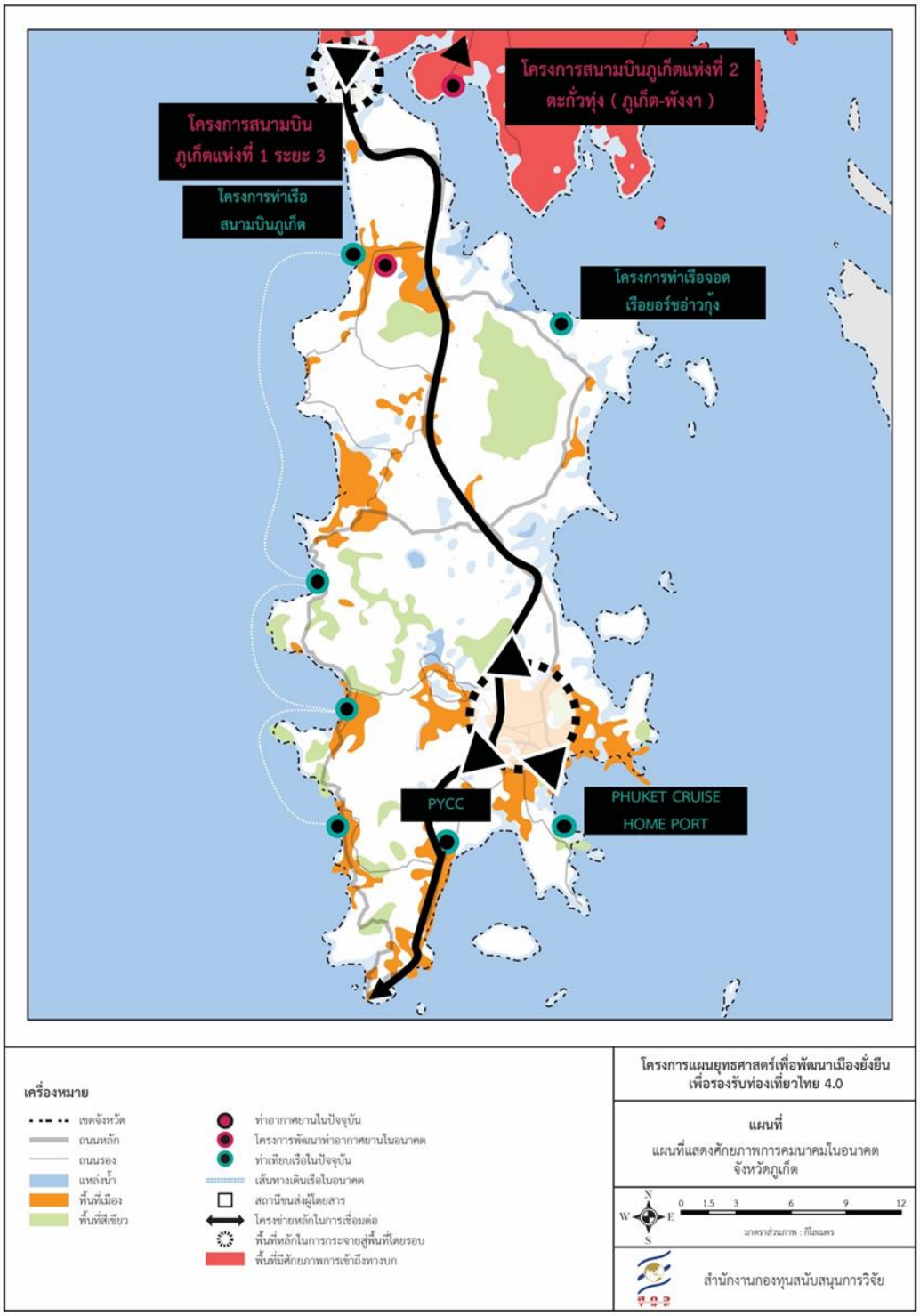
แผนภาพที่ 5-19 ตำแหน่งท่าอากาศยาน จังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-20 ตำแหน่งท่าเทียบเรือ จังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-21 ตำแหน่งโครงข่ายการคมนาคม จังหวัดภูเก็ต



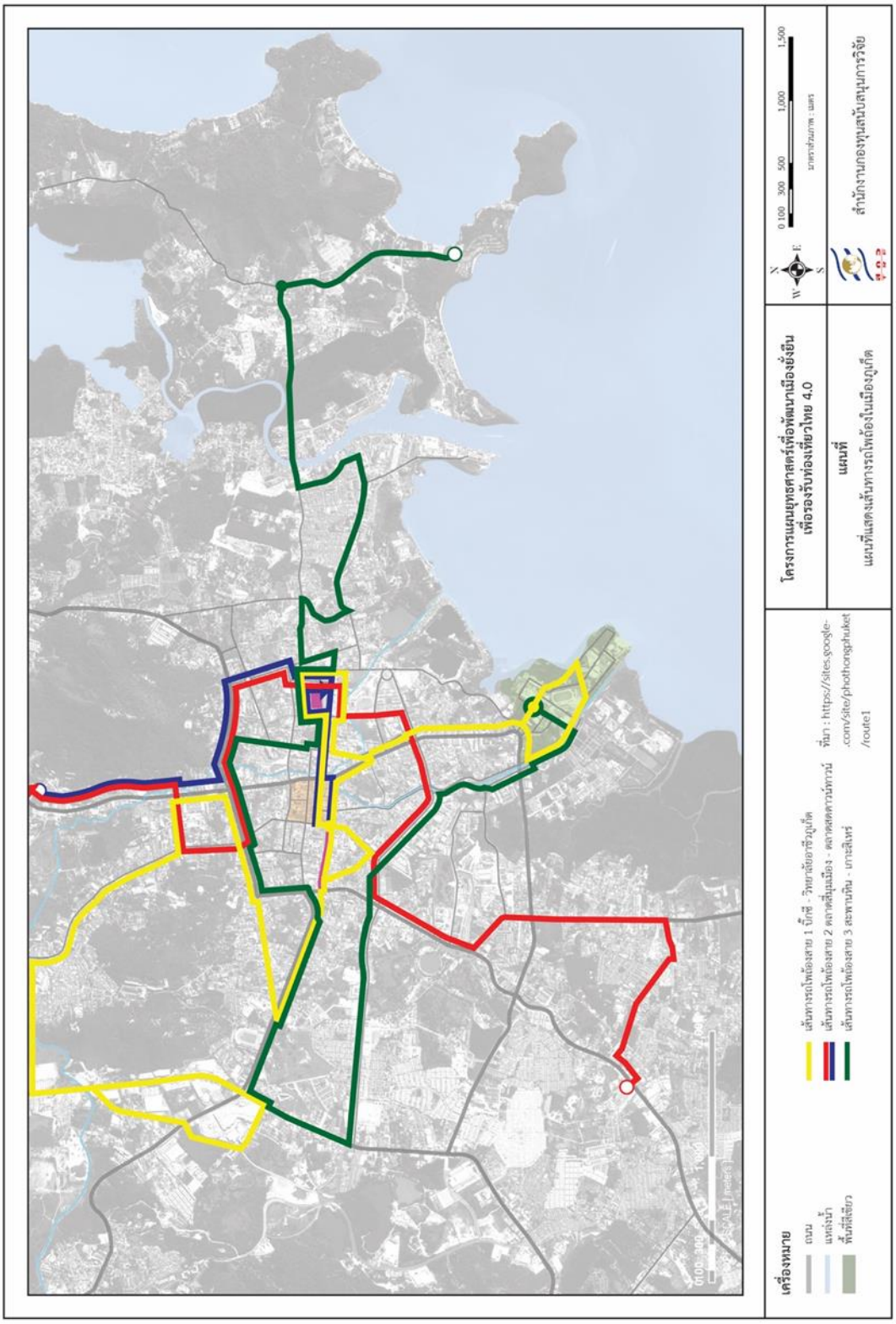
แผนภาพที่ 5-22 ศักยภาพการคมนาคมในอนาคต จังหวัดภูเก็ต

ระบบขนส่งมวลชนของภูเก็ตในปัจจุบัน มีรถโดยสารประจำเส้นทางที่เชื่อมพื้นที่ต่าง ๆ เข้าสู่เมืองภูเก็ต โดยระบบรถดังกล่าวถูกเรียกว่า "รถโพถ้อง" เส้นทางรถโพถ้องของเมืองภูเก็ตถูกแยกออกเป็น 2 ส่วนหลักคือ เส้นทางที่วิ่งระดับหาด และวิ่งระดับเมืองภูเก็ต โดยเส้นทางที่วิ่งระดับเมืองภูเก็ตนั้นมีทั้งหมด 3 สาย ดังนี้

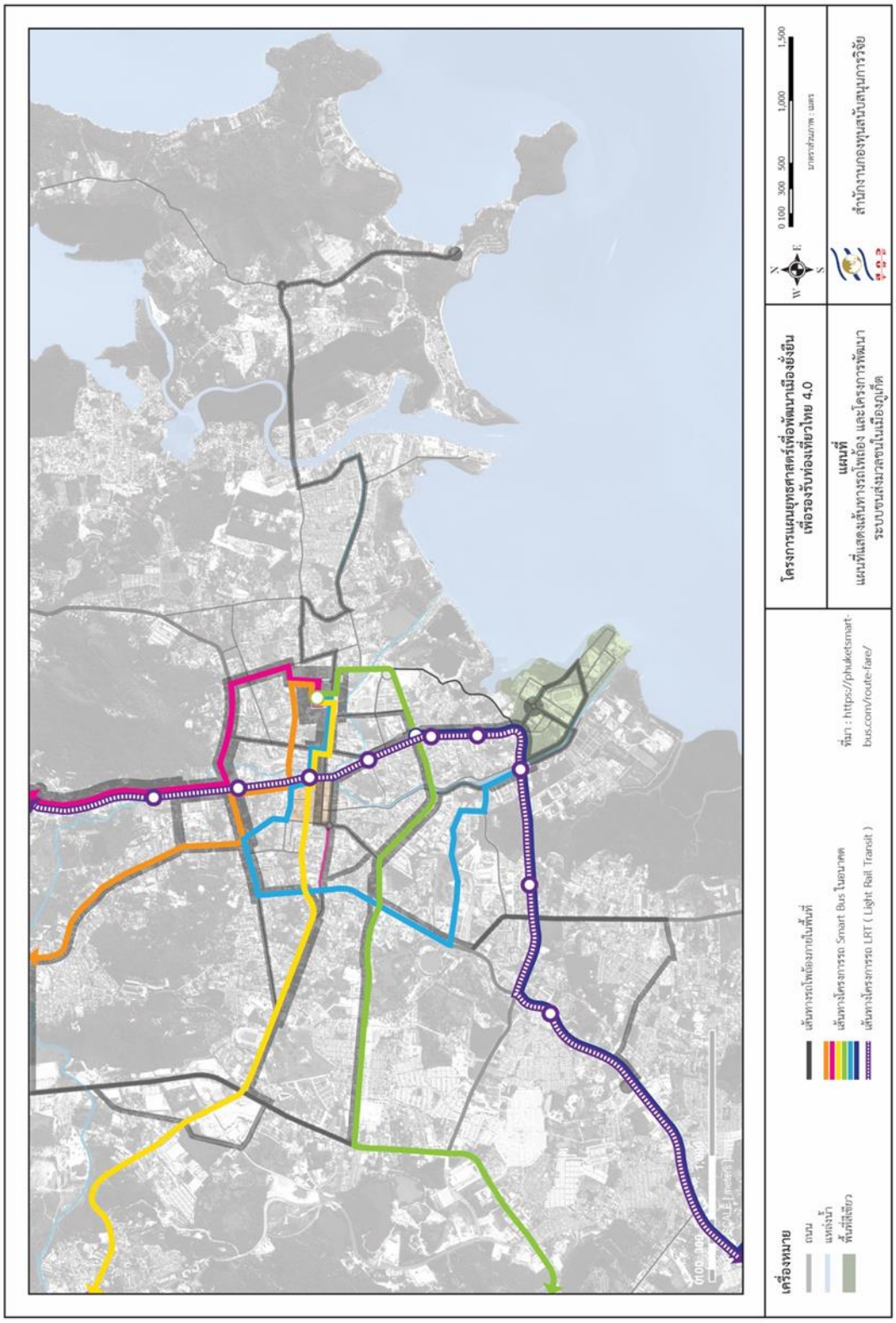
- รถโพถ้องสาย 1 บิ๊กซี – วิทยาลัยอาชีวภูเก็ต
- รถโพถ้องสาย 2 ตลาดสี่มุมเมือง - ตลาดสดดาวน์ทาวน์
- รถโพถ้องสาย 3 สะพานหิน – เกาะสิเหร่

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

ทางการภูเก็ตเล็งเห็นถึงปัญหาด้านระบบขนส่งภายในจังหวัด จึงริเริ่มโครงการพัฒนาระบบขนส่งประจำทางที่เรียกว่า Smart Bus แต่ยังคงมีเพียงเส้นเลียบหาดทางฝั่งตะวันตกของจังหวัดภูเก็ต ในปัจจุบัน มีความคิดริเริ่มที่จะพัฒนาระบบขนส่งมวลชนระบบรางขึ้นมาทางฝั่งตะวันออกของเกาะ โดยอาจอยู่ในรูปแบบของรถไฟรางเบา (Light Rail Transit – LRT) หรือระบบรถราง



แผนภาพที่ 5-23 เส้นทางรถโพ้องในเมืองภูเก็ต

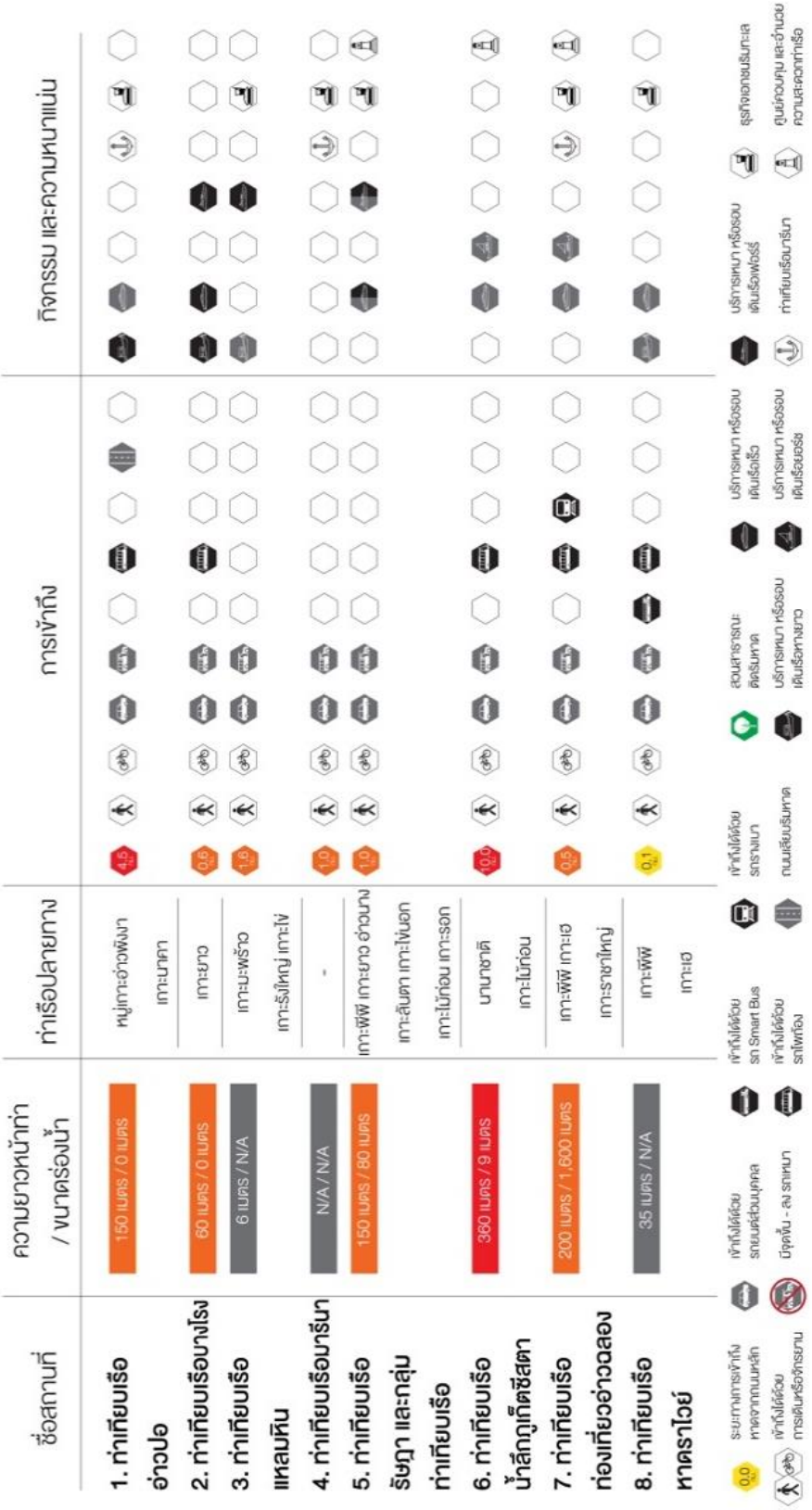


แผนภาพที่ 5-24 เส้นทางรถโพ้ถอง และโครงการพัฒนา

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

- ขนาดความยาวและความกว้างของของท่าเทียบเรือ เพื่อสำรวจศักยภาพการพัฒนาเชิงกายภาพ
- การเข้าถึง เพื่อสำรวจศักยภาพการเข้าถึง ด้วยรูปแบบการเดินทางและระยะการเข้าถึง
- รูปแบบการให้บริการและเวลาเดินทาง เพื่อสำรวจประเภทเรือและกิจกรรมในแต่ละท่าเรือ
- ท่าเรือปลายทาง ระยะทางและระยะเวลา เพื่อสำรวจขอบเขตการเดินทางของท่าเทียบเรือนั้น
- สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียง เพื่อสำรวจกิจกรรมรองรับโดยรอบท่าเรือ

จากการสำรวจพบว่า ยังไม่มีแผนพัฒนารองรับการพัฒนาพื้นที่รอบท่าเรือที่มีอยู่ อีกทั้งยังการขาดการเชื่อมต่อระบบขนส่งมวลชนจากท่าเทียบเรือสู่พื้นที่อื่นของเกาะ จึงทำให้ผู้เดินทางต้องพึ่งพารถยนต์ส่วนตัวและรถรับจ้างอยู่มาก



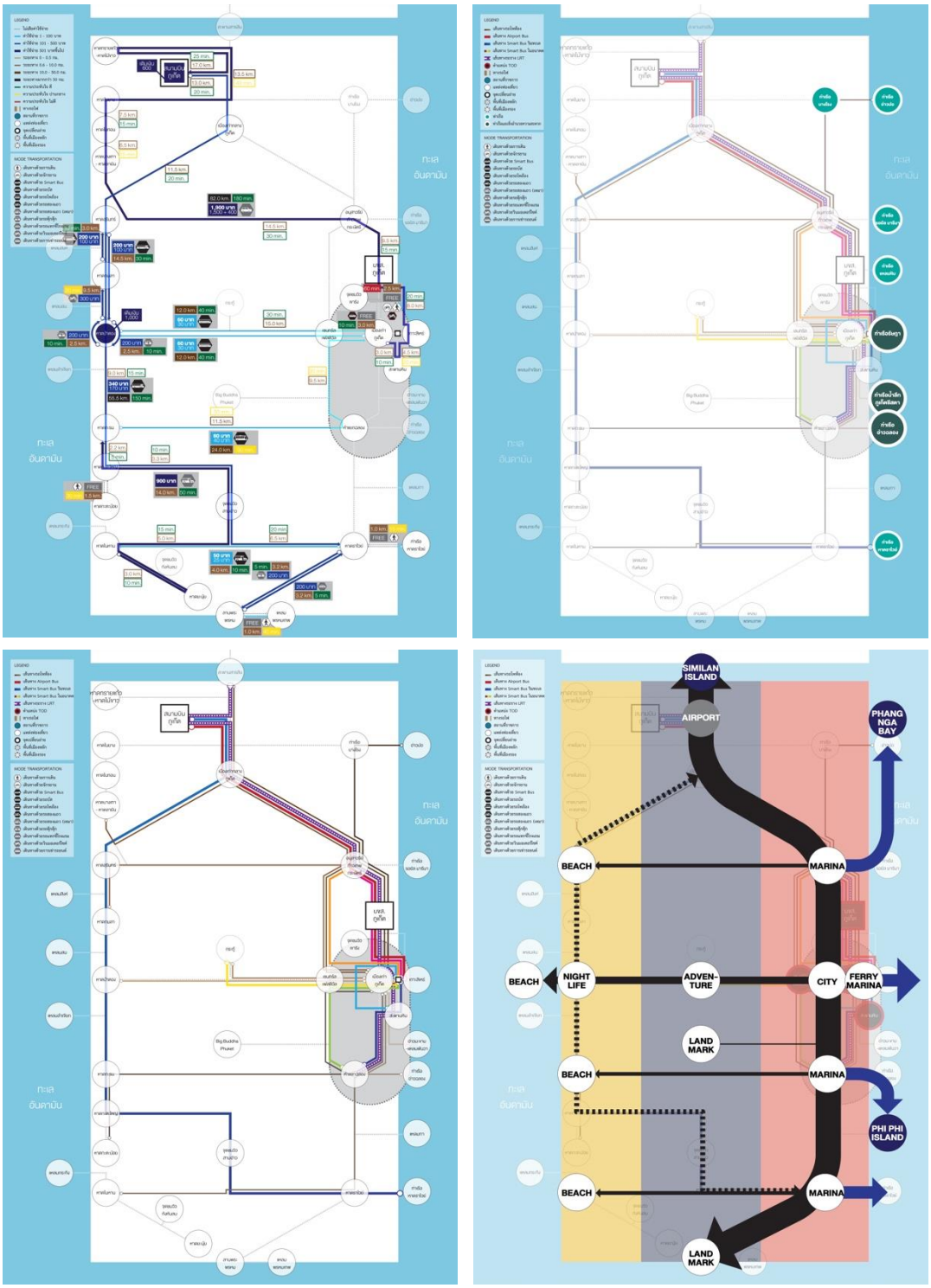
ตารางที่ 5-1 เปรียบเทียบท่าเรือที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต

ที่มา : จากการสำรวจ, 2561

คณะสำรวจได้ลงพื้นที่สำรวจรูปแบบการเดินทางและท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต โดยเปรียบเทียบค่าเดินทางและความเร็วในการเดินทาง เส้นทางรถประจำทางภายในจังหวัดภูเก็ตกระจายตัวจากเมืองภูเก็ตไปยังหาดและสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของเกาะภูเก็ต โดยมีค่าเดินทางอยู่ที่ประมาณ 30–40 บาทต่อคน และมีเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างหาดด้วย Phuket Smart Bus ซึ่งลัดเลาะตามแนวถนนเลียบหาดทางฝั่งตะวันตก 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 แต่อีกปัจจัยที่สำคัญคือเส้นทางรถประจำทางมีระยะเวลารอรถ (Off Vehicle) นานกว่ารถเหมามาก ด้วยจำนวนรอบรถที่น้อย ทำให้ไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ด้วยระยะเวลาในการเดินทางที่จำกัดและข้อมูลในการขึ้นรถโดยสารไม่มากเพียงพอ

อีกปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมเหมารถหรือเช่ารถ คือ การท่องเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ นั้น บางท่าเรืออยู่นอกเส้นทางหลักและเส้นทางของขนส่งประจำทาง จำเป็นต้องเดินเท้าหรือเหมารถเข้าไป จึงทำให้การเช่ารถเป็นทางเลือกที่ดีในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต

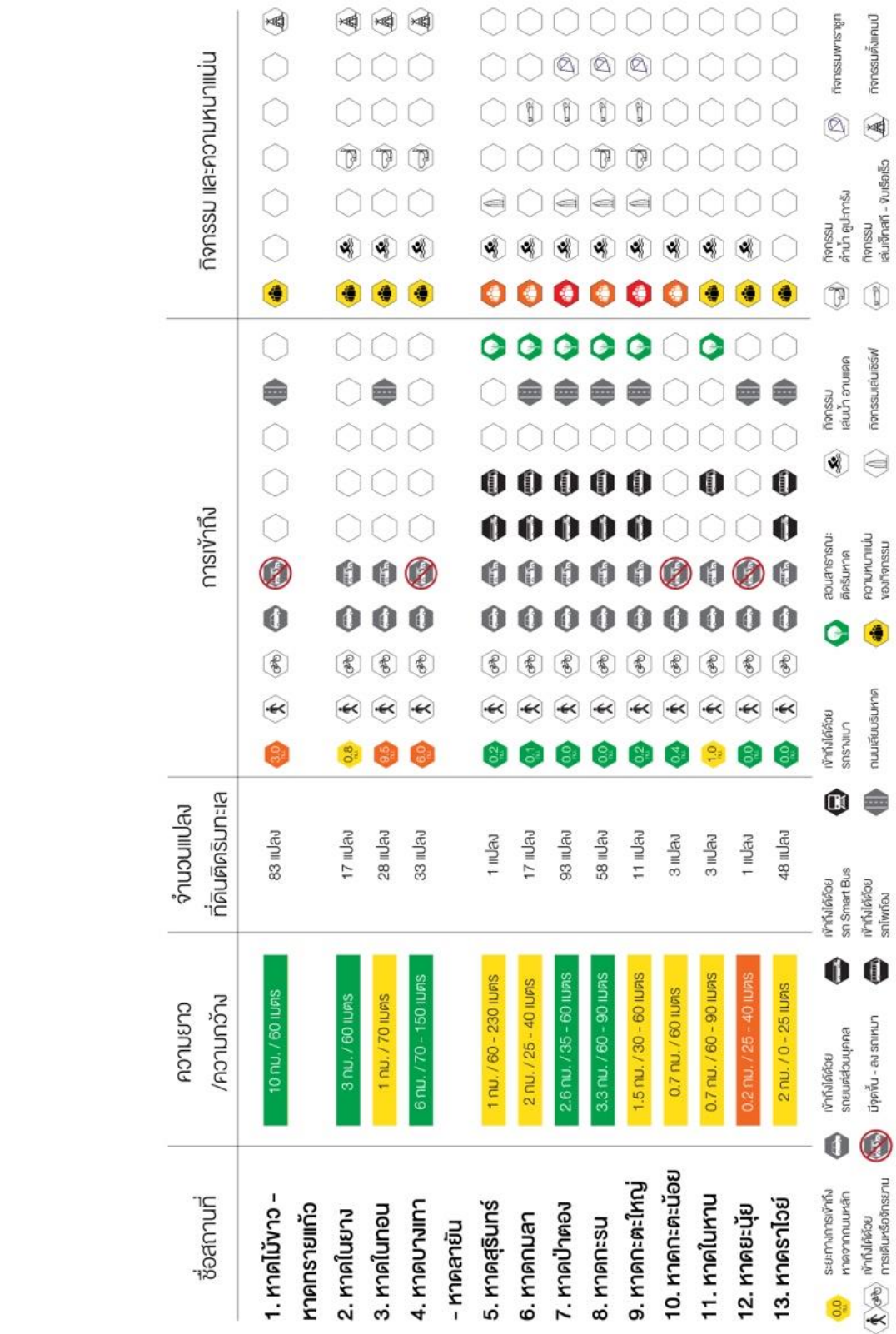


แผนภาพที่ 5-25 ประสิทธิภาพการเดินทาง ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต และโครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในอนาคต
ที่มา : จากการสำรวจ, 2561

บทสำรวจศักยภาพของหาด

หาดในจังหวัดภูเก็ตที่นิยมในการท่องเที่ยวมีทั้งหมด 18 หาด โดยไม่รวมหาดขนาดเล็กที่มักจะเป็นหาดส่วนตัว คณะสำรวจได้เลือกหาดทั้งหมด 13 หาดที่มีขนาดและการเข้าถึงเหมาะสมมาใช้ในสำรวจและวิเคราะห์ โดยมีการสำรวจดังนี้

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



ตารางที่ 5-2 เปรียบเทียบชายหาดที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต

ที่มา : จากการสำรวจ, 2561

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

ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตเดิมคือ ไข่มุกแห่งอันดามัน ซึ่งมาจากความสวยงามของน้ำทะเล หาดทรายท้องฟ้า ภูมิประเทศและภูมิอากาศอันสวยงาม และอุ่น เหมาะแก่การท่องเที่ยว อีกทั้งไข่มุกยังเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมดั้งเดิมของชาวภูเก็ต คือการเพาะเลี้ยงหอยมุกจาน และเป็นตราประจำจังหวัดภูเก็ตอีกด้วย

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

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

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

นอกจากนั้นสมาคมโรงแรมภูเก็ตยังได้จัดทำแบรนดิ้งให้กับจังหวัดภูเก็ตผ่านแนวคิด “Greatest Tropical Destination” ผ่านสามปัจจัยหลักคือ Thai Handicraft พัฒนาสินค้าชุมชนและหัตถกรรม Curl of the Surf คลื่นลมตลอดปีของจังหวัดภูเก็ต ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเล่นกีฬาทางน้ำ และ Sparkling Waters น้ำทะเลสีฟ้าใส และหาดทรายขาวสวยที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการมาท่องเที่ยวภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-26 ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

ภาพรวมของความท้าทายด้านการท่องเที่ยวในภูเก็ต

สำหรับโจทย์ด้านการท่องเที่ยวจะเป็นกรอบในการวิเคราะห์และนำเสนอแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมืองนั้น คณะผู้วิจัยได้ประมวลข้อมูลมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งรายงานการศึกษาของหน่วยงานและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ และจากการสังเกตการณ์เมื่อลงไปสำรวจภาคสนาม ประเด็นหลักมีดังนี้

- **การท่องเที่ยวคือปัจจุบันและอนาคตของเศรษฐกิจภูเก็ต** เศรษฐกิจของภูเก็ตในปัจจุบันพึ่งการท่องเที่ยวเป็นหลัก คาดได้ว่า ด้วยความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในพื้นที่ใกล้เคียง ระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ภูเก็ตมีอยู่ แนวโน้มนี้คงมีต่อไปอีกนานในอนาคต ดังนั้น การวางแผนเศรษฐกิจของภูเก็ตในอนาคตจึงต้องเข้าใจในอุตสาหกรรมการการท่องเที่ยวระดับโลก งานวิจัยนี้ตั้งอยู่บนฐานข้อตกลงที่ว่า การออกแบบและพัฒนาเมืองเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจภูเก็ตในอนาคต เพราะการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ผูกติดกับพื้นที่ (spatial fixity) คุณภาพของพื้นที่สะท้อนระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น อนาคตของการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับอนาคตของการออกแบบและพัฒนาพื้นที่นั้นด้วย
- **ภูเก็ตอาจกำลังติดอยู่ใน "กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง"** จำนวนนักท่องเที่ยวของภูเก็ตเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด แต่เหมือนกับไม่สามารถสร้างฐานการท่องเที่ยวมูลค่าสูงได้เท่าใดนัก มีนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ เช่น จากจีน รัสเซียมาเติมเต็มตลอด แต่กลุ่มที่มีรายได้สูงไม่กลับมามากเท่าไหร่ โดยเฉพาะในหาดระดับมวลชน เช่น ป่าตอง กะตะ กะรน
- **แต่ก็มีเค้าโครงของแนวโน้มการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น** สังเกตได้จากโรงแรม 5-6 ดาว ที่เพิ่มมากขึ้น กลุ่มเรือยอชท์ ฯลฯ นักท่องเที่ยวรายได้สูง แต่อาจสร้างผลทวีคูณทางเศรษฐกิจไม่มากนัก เพราะทุกอย่างมีความเฉพาะ (exclusive) และหรูหราที่ต้องพึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น Michelin-starred chefs นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงก็มักอยู่ในพื้นที่เฉพาะ เช่น กลุ่ม Laguna ที่หาดบางเทา โรงแรมริมผาแบบ villas with private pools ไม่ออกมาเที่ยวข้างนอกเท่าใดนัก
- **แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก** จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีน อินเดีย อาเซียน มากขึ้น เพราะรายได้เพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวจีนทำให้ความเป็นฤดูกาล (seasonality) ของการท่องเที่ยวในภูเก็ตลดลง ช่วง low season ตอนนี้ก็ยังมีคนมาเยอะ
- **FIT เปลี่ยนโฉมหน้าตลาดการท่องเที่ย**ว นักท่องเที่ยวแบบ free individual travelers ซึ่งมาเที่ยวเอง ไม่ได้มากับกลุ่มทัวร์ จึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเน้นประสบการณ์ เน้นความแท้ (authenticity) และความหลากหลาย แต่คนกลุ่มนี้ไม่ได้เที่ยวแบบอยู่ชายหาดตลอด โดยเฉพาะคนเอเชียที่ไม่อยากผิวคล้ำ ตอนกลางวันต้องมีกิจกรรมอะไรทำในร่ม ตอนนี้ยังเที่ยวแบบตาม ๆ กันอยู่ แต่ก็อาจเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น มีความเป็นปัจเจกและความเฉพาะตัวมากขึ้น รวมไปถึงการถวิลหาของเก่าของคนรุ่นใหม่ (nostalgia) แต่มีความร่วมสมัย (contemporary) ความเฉพาะของสินค้าและประสบการณ์ที่ไม่โหล (mass) รวมถึงการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและชุมชนมากยิ่งขึ้น (ไม่ว่าจะคิดอย่างนั้นจริง ๆ หรือไม่ก็ตาม)

- **การท่องเที่ยวด้วยเครื่องมือดิจิทัล** การใช้เครื่องมือด้านดิจิทัลกับทุกอย่างในชีวิต แต่ยิ่งพึ่งเครื่องมือดิจิทัลมากเท่าไหร่ และข้อมูลมากมายมหาศาลเท่าไหร่ การสร้างสินค้าที่เฉพาะบุคคล หรือ personalization ยิ่งสำคัญขึ้นเท่านั้น
- **การท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงระดับโลก** จำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นลงตามอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก รวมถึงความปลอดภัย และการับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง และเหตุการณ์อื่น ๆ แม้ว่าภูเก็ตถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก แต่ก็ไม่ได้ปลอดไปจากความเสี่ยงต่อปัจจัยและสถานการณ์ต่าง ๆ

ดังนั้น สามารถสรุปผลวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและความท้าทายในการออกแบบพัฒนาเมืองท่องเที่ยวภูเก็ตได้ว่า โจทย์ระยะยาวของภูเก็ตคือจะสร้างฐานเศรษฐกิจที่เกี่ยวเนื่องแต่ไม่พึ่งพิงการท่องเที่ยวเกาะและชายหาดอย่างเดียวและเสมอไปได้อย่างไร เพื่อรับมือกับความเสี่ยงและสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาภูเก็ตน้อยลงในบางช่วงเวลา คำตอบอาจอยู่ที่การสร้างความหลากหลายของเศรษฐกิจในจังหวัด โดยอาจเพิ่มกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแบบ MICE รวมไปถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบกีฬาและการออกกำลังกาย เช่น มวยไทย ตัวอย่างในต่างประเทศที่เห็นได้ชัดของการสร้างความหลากหลายของกิจกรรมเศรษฐกิจคือ เมืองดูไบ บาร์เซโลนา และฮาวาย ซึ่งมีแหล่งกิจกรรมที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวมากกว่าหาดทราย

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

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 แต่ก็มีราคาแพง เป็นการเพิ่มต้นทุนด้านการผลิตและการบริการ ส่วนปัญหาด้านน้ำเสีย ก็ยังคงมีการปล่อยน้ำเสียลงในคูคลองและทะเลอย่างผิดกฎหมาย แม้มีการตรวจสอบกำกับอยู่ตลอดเวลาก็ตาม สำหรับปัญหาน้ำท่วมนั้น เป็นน้ำท่วมหลากฉับพลันที่เกิดขึ้นเป็นประจำในช่วงฤดูฝนของทุกปี อย่างไรก็ตาม จังหวัดภูเก็ตถือว่าได้ประสบความสำเร็จในการกำจัดขยะและใช้ประโยชน์จากพลังงานทดแทนที่ผลิตได้จากการเผาขยะ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีในการบริหารจัดการขยะในเมืองใหญ่ได้ แม้ว่ายังมีประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไขต่อไป นอกจากนี้ ยังต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและการบริหารจัดการเมืองทั้งในภาพรวมและเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

ความท้าทายระดับโครงสร้างเมือง

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

ห้องชุดมักเกิดขึ้นในพื้นที่รอยต่อระหว่างศูนย์กลางเมืองเดิมกับบริเวณเมืองริมหาด แนวโน้มการพัฒนานี้จะยิ่งทำให้ศูนย์กลางเมืองภูเก็ตแต่เดิมลดความสำคัญลงไปเรื่อย ๆ เนื่องจากแม่เหล็กของกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ย้ายไปอยู่ตรงตำแหน่งอื่นของเมือง อย่างไรก็ตาม การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าภูเก็ตบริเวณถนนถลาง ถนนดีบุก และถนนกระบี่ได้ทำให้เกิดย่านท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ คล้ายกับย่านนิมมานฯ ของเชียงใหม่ ทำให้เมืองเก่าที่เคยซบเซาลงไปได้กลับมามีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น

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

โจทย์หนึ่งที่คณะผู้วิจัยให้ความสนใจเป็นพิเศษในงานครั้งนี้ คือการฟื้นฟูพื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ต พื้นที่เมืองเดิมที่ว่านี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะบริเวณพื้นที่เมืองเก่าที่เริ่มมีกิจกรรมท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ เข้ามาแล้ว แต่รวมไปถึงพื้นที่พาณิชยกรรมเดิมที่เคยเป็นศูนย์กลางของเมือง แม้ว่าอาจยังมีความคึกคักอยู่บ้าง แต่ก็เทียบไม่ได้กับพื้นที่พาณิชกรรมส่วนอื่น ๆ ของจังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากเป็นพื้นที่เมืองเดิม จึงมีโครงสร้างถนนและโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่มีศักยภาพที่จะฟื้นฟูกลับให้มามีความคึกคักต่อได้ 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 ความท้าทายคือจะทำให้แนวคิดหรือแบรนด์ดังกล่าว ชัดขึ้นได้อย่างไร ถึงแม้ว่าจังหวัดภูเก็ตและพื้นที่โดยรอบอาจเป็นจุดหมายระดับโลก แต่พื้นที่เมืองเดิม เช่น พื้นที่ในเทศบาลนครภูเก็ตอาจไม่ใช่จุดหมายปลายทางในตัวเอง ดังนั้น การกำหนดบทบาทหรือจุดที่ตั้ง (positioning) ของพื้นที่เมืองเดิมในภูเก็ตอาจอยู่ตรงที่การเสริมความเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของภูเก็ตทั้งหมด โดยอาจแสดงบทบาทเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญ ในขณะเดียวกัน ค่อย ๆ พัฒนาความเป็นจุดหมายปลายทางของพื้นที่เมืองเดิมมากขึ้น ทั้งพื้นที่เมืองเก่าบริเวณถนนถลางและดีบุก กับพื้นที่สะพานหินที่อาจมีโครงการฟื้นฟูเมืองขนาดใหญ่เกิดขึ้นได้
- สำหรับพื้นที่เมืองเก่ากำลังเริ่มได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้นนั้น วิวัฒนาการของพื้นที่มีลักษณะคล้ายกับการเข้าสู่ความเป็นย่านท่องเที่ยวของย่านนิมมานฯ ที่เชียงใหม่ แต่จุดแข็งของพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตนี้คือ มีอาคารประวัติศาสตร์อยู่จริง มีรากทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมมากกว่าที่เชียงใหม่ แต่ข้อด้อยของภูเก็ตคือ ไม่มีฐานการผลิตทางดีไซน์และสร้างสรรค์เหมือนกับเชียงใหม่ ความท้าทายที่สำคัญคือ การสร้างกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตอบรับทั้งนักท่องเที่ยวและคนทั่วไปให้เกิดขึ้นในพื้นที่นี้ให้ได้
- ความเหลื่อมล้ำน่าจะเพิ่มขึ้น ถ้าปล่อยให้เป็นเช่นนี้ต่อไป ระบบโครงสร้างการธุรกิจ การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเอื้อต่อการสะสมทุน โดยเฉพาะทุนต่างชาติ ทั้งการถือครองและใช้ประโยชน์ที่ดินโดยทุนใหญ่และทุนต่างชาติ ในบางพื้นที่ ปัญหาราคาที่อยู่อาศัยจะทำให้คนทำงานไม่สามารถซื้อหรือเช่าบ้านในราคาที่สามารถจ่ายได้ จนทำให้ต้องย้ายออกไปอยู่พื้นที่อื่นในภูเก็ต เป็นผลสืบเนื่องทำให้การจราจรติดขัด ประกอบกับการขาดระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ วงจรของผลกระทบนี้จะยิ่งแย่ลงเรื่อย ๆ มีการแยกกันอยู่อย่างชัดเจนระหว่างคนต่างชาติ คนไทย และแรงงานต่างชาติ ระหว่างคนรวยกับคนจน แหล่งงานสำคัญของภูเก็ตคือพื้นที่เมืองที่อยู่ติดกับชายหาด แต่คนทั่วไปจะอยู่อาศัยในพื้นที่ห่างออกมา การพัฒนาพื้นที่ยังมีความหนาแน่นต่ำ กระจายไปทั่ว ระบบขนส่งมวลชนไม่ดี คนจึงต้องพึ่งจักรยานยนต์และรถยนต์ ความท้าทายในส่วนนี้คือ การสร้างพื้นที่รองรับด้านที่อยู่อาศัยและด้านสาธารณูปการให้กับพนักงานและแรงงานในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว รวมถึงคนทั่วไปด้วยเช่นกัน แนวคิดหนึ่งที่คณะผู้วิจัยได้นำเสนอในงานคือ การฟื้นฟูและรื้อสร้างใหม่ในบางพื้นที่เพื่อรองรับความต้องการที่อยู่อาศัยของคนทำงานในหาดตอนกลางและตอนใต้ของเกาะ
- ความเป็นชุมชนในพื้นที่ธุรกิจท่องเที่ยวน่าจะมีอยู่น้อย เนื่องจากประชากรในพื้นที่ท่องเที่ยวมีการเข้าออกสูง มีผู้คนมากหน้าหลายตา แรงงานจากหลายแหล่ง คนต่างชาติ ฯลฯ อีกทั้งราคาที่ดินและที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงมากเกินกว่าที่ประชาชนทั่วไปจะอยู่อาศัยได้ แหล่งท่องเที่ยวตามชายหาดจึงน่าจะมีความเป็นชุมชนน้อย ถึงแม้จะมีความสัมพันธ์ของคนที่อยู่ใกล้เคียงกันบ้าง แต่การบริหารจัดการไม่ได้ลงใน

ระดับชุมชน เมื่อเป็นเช่นนี้ การขับเคลื่อนเรื่องการออกแบบและพัฒนาเมืองจึงน่าจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยวเป็นหลัก

ทั้งนี้ แต่ละพื้นที่ในภูเก็ตก็มีความท้าทายที่เหมือนกันและแตกต่างกันออกไป สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้เลือกพื้นที่เฉพาะสำคัญ 2 แห่ง คือ พื้นที่หาดกะรนและพื้นที่เมืองเดิมของภูเก็ตในอำเภอเมือง

พื้นที่หาดกะรน

ในด้านจุดแข็งและโอกาส หาดกะรนมีความยาวเป็นอันดับ 3 ของเกาะภูเก็ต มีเนื้อทรายละเอียดเหมาะแก่การเล่นน้ำ และคลื่นลมแรงเอื้อต่อการเล่นกีฬาทางน้ำ มีความเป็นสาธารณะและเข้าถึงได้อิสระ ส่วนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ก็มีโครงการรถ smart bus และรถพื้นถิ่น อีกทั้งมีความเป็นชุมชนโดยมีชุมชนกระหลิมและวัดกะรนเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมต่อภาคบริการ และไม่ไกลจากนั้นก็มีแหลมไทรและเกาะปู เอื้อแก่การดำน้ำและดูปะการัง แต่ก็มีจุดอ่อนอยู่หลายด้าน เช่น คลื่นลมที่แรงของหาดกะรนทำให้ไม่สามารถเล่นน้ำได้ตลอดปี มีแนวดินกั้นแนวมองจากถนนสู่ชายหาด 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 และพึ่งพาพาณิชยกรรมใหม่

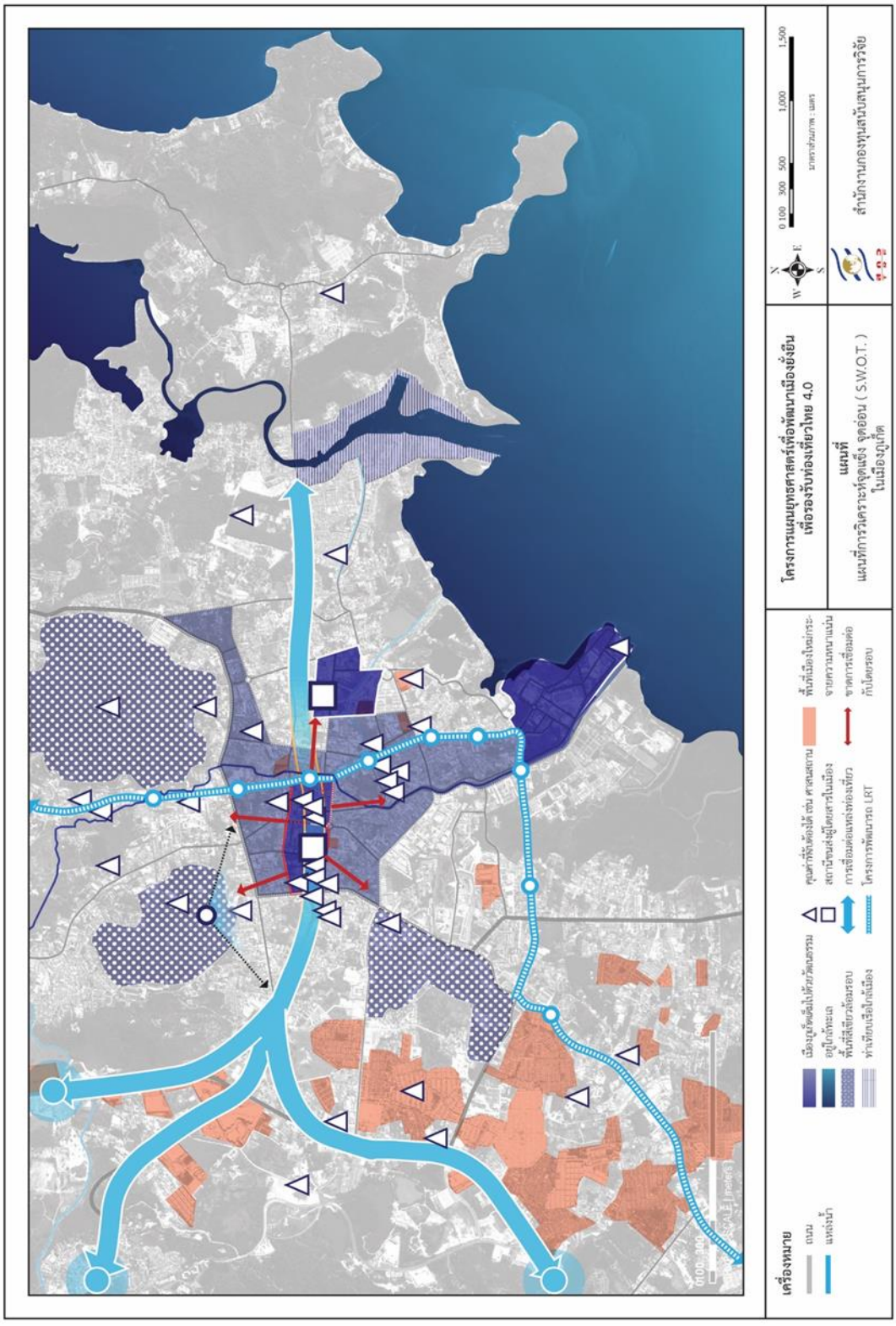
การวิเคราะห์ SWOT เมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยว

จุดแข็งและโอกาส

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

จุดอ่อนและอุปสรรค

- เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่ได้รับการพัฒนาเต็มประสิทธิภาพ และสัมผัสถึงเอกลักษณ์ของเมือง
- เมืองเก่าภูเก็ตยังไม่เชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบ ด้วยรูปแบบการเดินทาง และตัวเมืองเก่าภูเก็ต ที่แยกออกมาจากพื้นที่พัฒนาใหม่ทางฝั่งตะวันตก
- เมืองเก่าภูเก็ต ไม่ได้รองรับเศรษฐกิจของเมืองเหมือนในอดีต ซึ่งเกิดจากที่อยู่อาศัยใหม่ที่เกาะตัวอยู่บริเวณชานเมืองทางฝั่งตะวันตก และพึ่งพิงพาณิชยกรรมใหม่ 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 ตัวอย่างการวิคราะห์ผลกระทบและความไม่แน่นอนของปัจจัยขับเคลื่อน

		ผลกระทบ		
		สูง	**กลาง**	**ต่ำ**
ความไม่แน่นอน	**สูง**	**ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์** • การเกิดสึนามิครั้งใหญ่กว่าก่อนหน้านี้ • ความไม่มั่นคงด้านการเมือง การก่อการร้าย	**ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์** • การติดตั้งและขยายระบบผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล • รถยนต์ไร้คนขับแพร่หลายมากขึ้น • การพัฒนาโรงเรียนการท่องเที่ยวระดับโลกที่ภูเก็ต	**ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้** • เปิดคาสิโนได้อย่างถูกกฎหมาย
	กลาง	**ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์** • นักท่องเที่ยวจากอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว • การใช้แอปพลิเคชันส่งเสริมการสร้างคอนโดและหมู่บ้านเพื่อรับนักท่องเที่ยว • นักลงทุนจีนเข้ามาซื้ออาคาร แล้วเปิดให้นักท่องเที่ยวจีนเข้าพัก • การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกิจกรรม MICE เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับฐานเศรษฐกิจ • การสร้างระบบขนส่งมวลชนที่ดีที่เชื่อมพื้นที่เมืองและชายหาดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน	**ปัจจัยที่ควรกำหนดในแผนยุทธศาสตร์** • ฝนตกถี่มากขึ้น และน้ำท่วมฉับพลันเกิดบ่อยมากขึ้น • การสร้างระบบรถไฟรางเบาที่เชื่อมสนามบินกับเมือง • ปัญหาหมอกควันจากประเทศเพื่อนบ้านเกิดบ่อยครั้ง • ธุรกิจเรือสำราญขยายฐานมาภูเก็ต • การเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต • การขาดแคลนแรงงาน • การใช้หุ่นยนต์เข้ามาแทนแรงงานมนุษย์	**ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้** • เปิดร้านสูบกัญชาสำหรับนักท่องเที่ยว
	ต่ำ	**ปัจจัยที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์** • เที่ยวบินจากเมืองรองในจีนเพิ่มขึ้น • นักท่องเที่ยวจีนเพิ่มมากขึ้น • นักท่องเที่ยวตัดสินใจเองมากขึ้นในการท่องเที่ยว • รถยนต์และจักรยานยนต์มีมากขึ้น รถติดมากขึ้น • น้ำประปาขาดแคลน	**ปัจจัยที่ควรกำหนดในแผนยุทธศาสตร์** • สนามบินภูเก็ตแห่งที่ 2 ที่พังงา • การท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ • การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ศิลปะการป้องกันตัว การวิ่งมาราธอน และไตรกีฬา	**ปัจจัยที่สังเกตการณ์ไว้**

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตตามตารางข้างต้น คณะผู้ศึกษาได้พัฒนาฉากทัศน์ตามแกนตรรกะของฉากทัศน์ 2 แกนคือ ในกรณีของภูเก็ต แกนของฉากทัศน์แบ่งออกเป็น 2 แกนคือแกนของแนวทางการพัฒนาเมือง 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 (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) รีเวียร่าแห่งอันดามัน (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)		Survival of the quickest (value-based strategy)
	ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (Tourist Dystopia) เมืองขยายตัวอย่างรวดเร็วตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น มีการสร้างอาคารตึกรามบ้านช่องมากขึ้นทั่วเกาะ หาดอื่น ๆ ก็ดูเหมือนป่าตอง แต่หนาแน่นมากขึ้นมีการสร้างรถไฟรางเบา แต่จำนวนรถยนต์ รถทัวร์ รถตู้ และจักรยานยนต์ก็ยังเยอะอยู่ดี บริการพื้นฐานสร้างเท่าไหร่ก็ไม่พอ น้ำประปาขาดแคลน ต้องแย่งกันซื้อ	**ไมอามีตะวันออก (Miami of the East)** เมืองท่องเที่ยวชั้นนำที่เทียบเท่าได้กับเมืองไมอามีในสหรัฐอเมริกา ที่มีอาคารสูงริมทะเลอยู่เต็มทุกที่ มีศูนย์ประชุมที่ทันสมัย เน้นการเดินทางด้วยรถยนต์ แต่ก็มีระบบรถไฟรางเบา และการใช้แอปพลิเคชันในการเดินทางทำให้สะดวกมากขึ้น มีการสร้างสวนสนุกขนาดใหญ่เทียบได้ในระดับโลก
	กับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (Middle-Income Tourist Trap) ภูเก็ตก็ยังเป็นนิยมของนักท่องเที่ยวอยู่ แต่ก็ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนด้านโครงสร้างพื้นฐานและภาพลักษณ์ของเมือง นักท่องเที่ยวหลักคือมาจากจีน อินเดียและกรุ๊ปทัวร์ ที่ใช้ภูเก็ตเป็นฐานในการเที่ยวเกาะอื่น ๆ	**รีเวียร่าแห่งอันดามัน (The Andaman Riviera)** เมืองท่องเที่ยวชั้นนำเทียบกับเมืองคานส์ เฟรนช์รีเวียร่าในฝรั่งเศส กิจกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจสร้างสรรค์ไปได้ดี มีร้านขายของและบูติคขนาดไม่ใหญ่มาก 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
- ระบบขนส่งมวลชนในเมืองภูเก็ตแย่ลงกว่าเดิม แต่นักท่องเที่ยวหันไปใช้แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่เป็นปกติ จึงพอบรรเทาปัญหาไปได้บ้าง แต่รถก็ติดอยู่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เที่ยวข้ามหาดหรือเข้าในเมือง แต่อยู่ในพื้นที่หาดที่ตนเองพักเป็นหลัก
- ปัญหาการจัดการขยะถึงขั้นวิกฤติมาก ต้องมีการขนไปฝังกลบที่พังงา
- นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวภูเก็ตน้อยมาก เพราะคิดว่าภูเก็ตแพงเกินไปและมีแต่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

2570

- สนามบินแห่งที่สองเพิ่งสร้างเสร็จ
- นักท่องเที่ยวยังคงมาเที่ยวภูเก็ตเหมือนเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวไม่ได้เพิ่มขึ้นมาก ทำให้เที่ยวบินเพิ่มขึ้นไม่ได้ คนไปเที่ยวกระบี่และสมุยมากขึ้น
- กิจกรรมและวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ตยังคงเพื่อมาเที่ยวชายหาดและทะเล

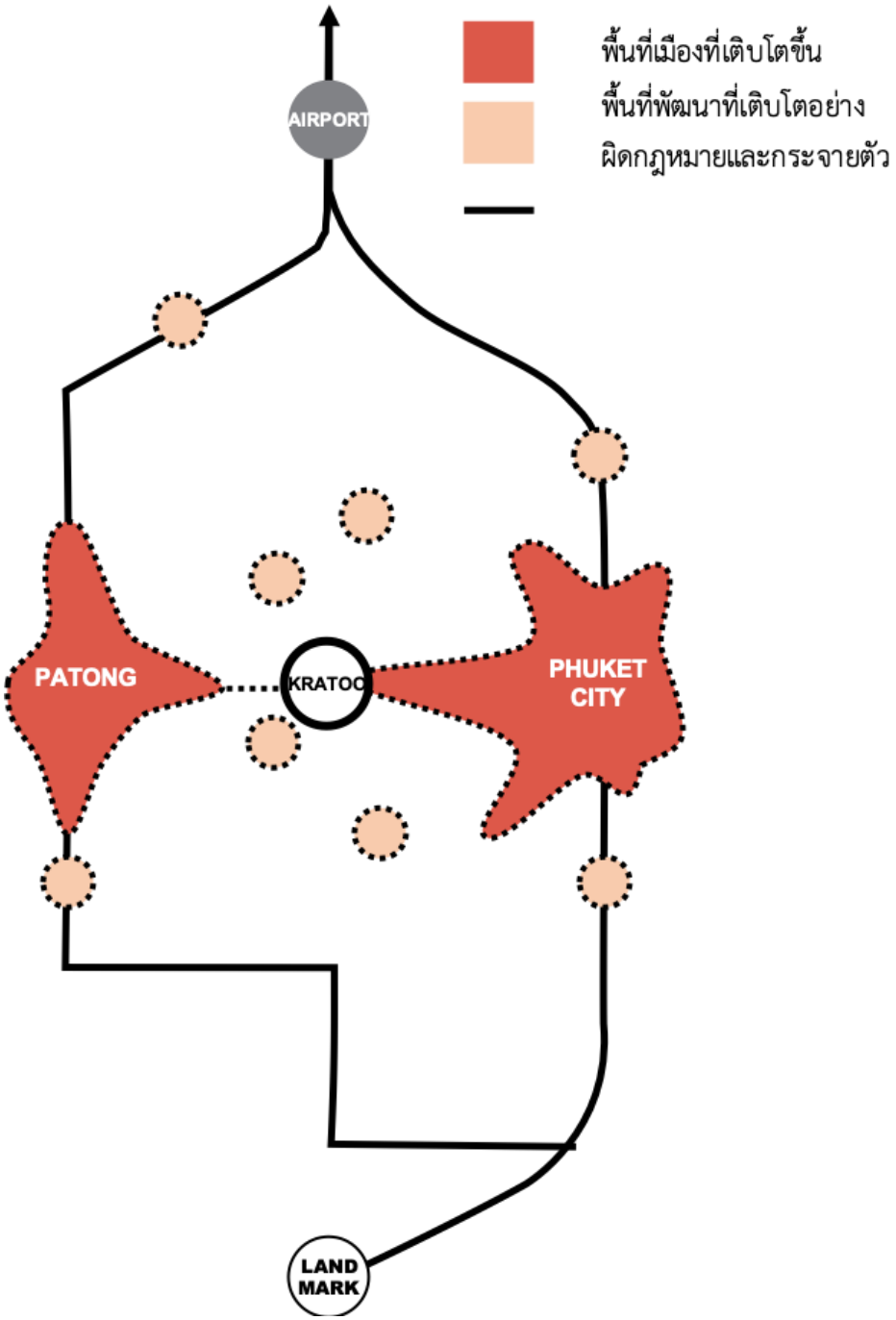
2575

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



แผนภาพที่ 5-28 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดับการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”

สภาพการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้นในฉากทัศน์นี้คือ เมืองภูเก็ตและป่าตองขยายตัวอย่างไร้แนวทาง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น มีการรุกล้ำเข้าไปในพื้นที่ป่าอย่างผิดกฎหมายเพื่อตอบสนองธุรกิจที่พัก ส่งผลให้ระบบนิเวศเสียหาย อีกยังมีการเติบโตของพื้นที่เมืองใหม่ขนาดเล็กกระจายตัวอย่างไร้ทิศทางทั่วจังหวัด



แผนภาพที่ 5-29 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “กับดับการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง”

ดิสโทเปียการท่องเที่ยว (Tourist Distopia)

2562

- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนลดลง เนื่องจากนโยบายการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกา นักท่องเที่ยวจีนระดับปานกลางออกเที่ยวต่างประเทศน้อยลง ผู้ประกอบการไทยจึงต้องลดหั่นราคาลง
- นักท่องเที่ยวจีนที่พอจ่ายได้แต่ขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัย หันไปเที่ยวประเทศอื่นแทน
- ปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้ในโรงแรมยิ่งรุนแรงมากขึ้น

2565

- ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยิ่งชัดเจนมากยิ่งขึ้น ฝนตกหนักและถี่มากขึ้น และเกิดน้ำท่วมฉับพลันบ่อยมากขึ้น โรงแรมหลายแห่งที่สร้างในพื้นที่ลาดชัน ได้รับความเสียหายจากโคลนถล่ม
- รัฐบาลออกนโยบายเข้มงวดเกี่ยวกับการถือครองที่ดินและคอนโดมิเนียม ทำให้การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการปล่อยเช่าระยะสั้นเป็นไปได้ยากขึ้น
- ทุนจีนมาลงทุนสร้างโรงแรมขนาดใหญ่จำนวนหลายแห่ง ในชายหาดที่แต่เดิมไม่ได้เป็นที่นิยมมาก แต่ก็มีการสร้างโรงแรมมากขึ้นได้ เพื่อรองรับทัวร์จีน หลายแห่งไม่ได้เป็นโรงแรม แต่เป็นคอนโดมิเนียมที่สร้างขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะ ซึ่งนักลงทุนก็เป็นคนจีน และซื้อของที่ร้านของคนจีน
- สนามบินแห่งใหม่ที่พังงาต้องยกเลิกไปด้วยหลายเหตุผล หนึ่งในนั้นคือการต่อต้านจากประชาชนในพื้นที่และด้วยเหตุผลด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- การทะเลาะเบาะแว้งระหว่างผู้ประกอบการสองแถวกับคนขับรถที่ใช้แอปพลิเคชันเรียกรถเกิดขึ้นทุกวันและทุกที่ จนกลายเป็นเรื่องปกติของเมือง

2570

- เกิดสึนามิครั้งใหญ่กว่าเมื่อปีพ.ศ. 2547 แม้มีระบบเตือนภัยอยู่บ้าง แต่ไม่ได้มีการเตรียมตัวรับมือกับการเหตุการณ์ การฟื้นตัวแม้ค่อนข้างเร็ว แต่ก็ทำให้พื้นที่ริมหาด กลายเป็นตึกสูงเสียเป็นส่วนใหญ่
- ภูเก็ตเป็นเมืองแรกในประเทศไทยที่เกิดให้มีร้านสูบกัญชาได้อย่างถูกกฎหมาย ให้เฉพาะนักท่องเที่ยวเข้าได้ แต่ก็พบการลักลอบเอาออกมาขายตามบาร์และร้านอาหารทั่วไป
- สภาพการจราจรในภูเก็ตแย่ลงมาก แม้กระทั่งช่วงนอกเทศกาล ต้องใช้เวลานานเกินกว่าหนึ่งชั่วโมงครึ่งในการเดินทางจากสนามบินไปยังหาดป่าตอง
- อุบัติเหตุทางถนนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจักรยานยนต์ที่นักท่องเที่ยวเช่าขี่อย่างผิดกฎหมาย

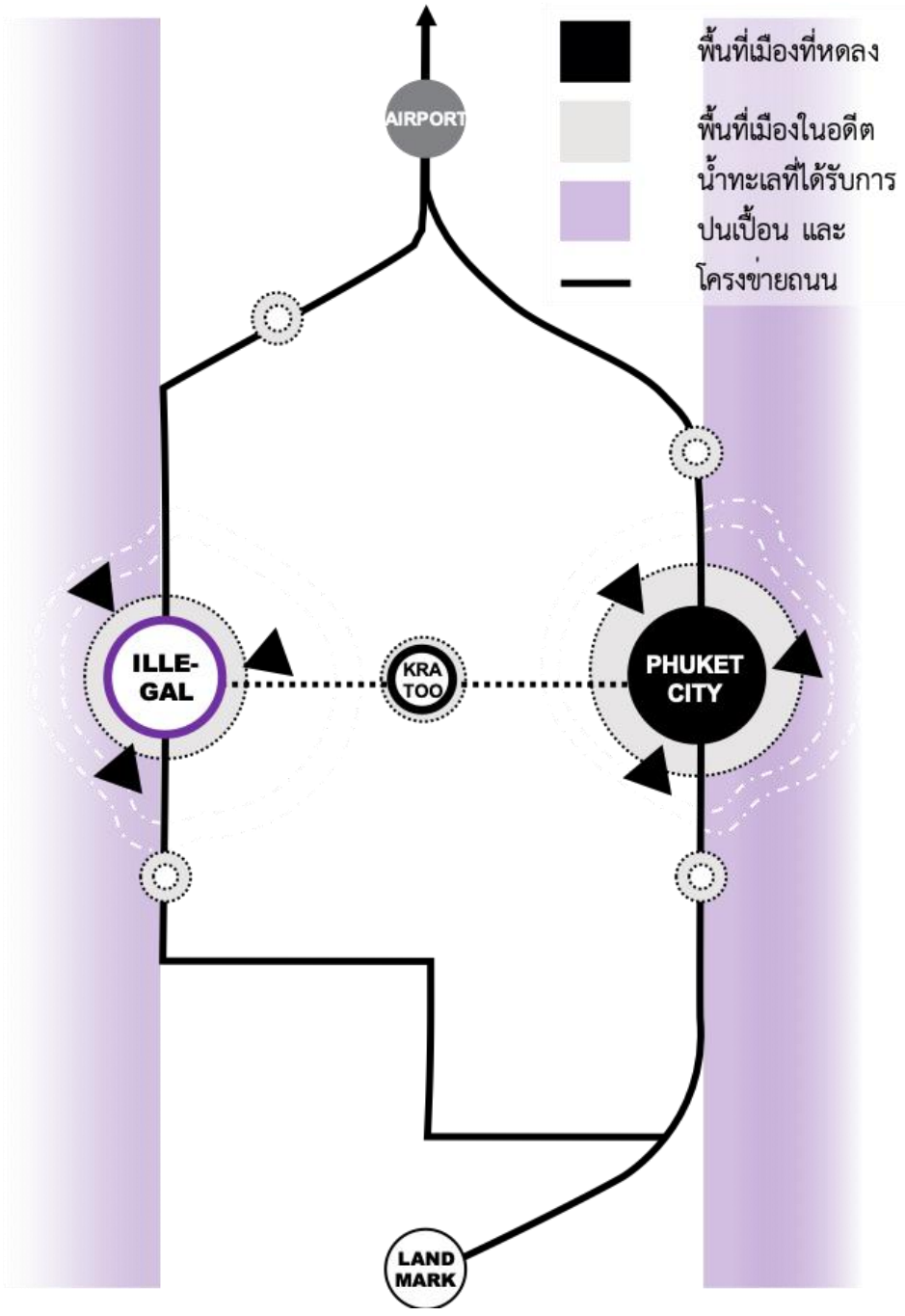
2575

- ภูเก็ตเปิดคาสิโนอย่างถูกกฎหมายเป็นแห่งที่สองในประเทศไทยต่อจากพัทยา
- หาดอื่น ๆ มีการพัฒนาอย่างเต็มที่ เนื่องจากหาดป่าตองไม่สามารถขยับขยายได้อีก 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 เพื่อสร้างพื้นที่รองรับน้ำได้จากขุมเหมืองที่มีอยู่และพัฒนาต่อให้เป็นแหล่งนันทนาการ ทั้งของคนในเมืองและของนักท่องเที่ยวได้แบบเน้นความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม
- คนมาเที่ยวหลากหลายมากขึ้น ไม่ได้อยู่เฉพาะแค่ในโรงแรม แต่ไปเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ ของเมืองมากขึ้น

2565

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

2570

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

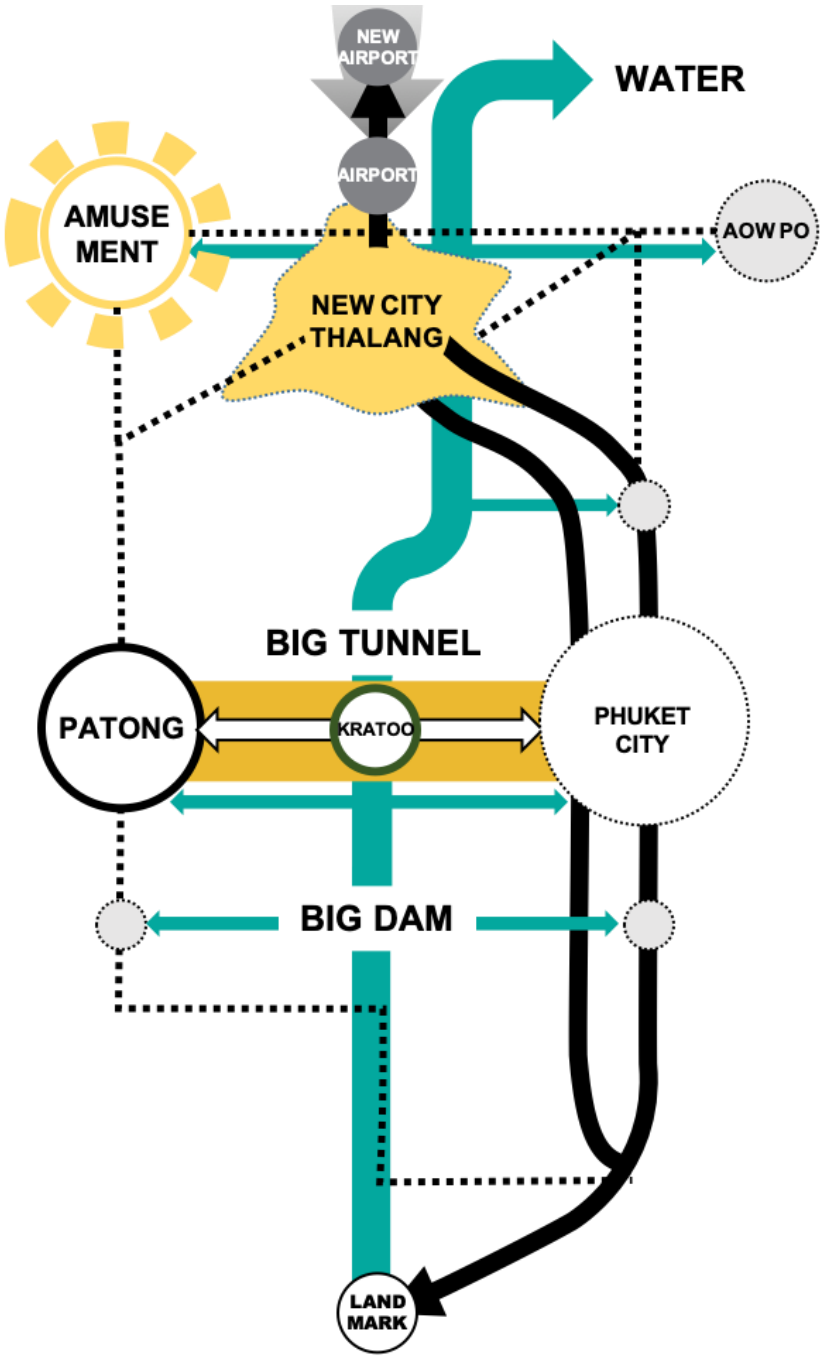
2575

- ภาพเมืองภูเก็ตมองจากทะเลดูเหมือนคล้ายกับไมอามีในสหรัฐอเมริกา มีตึกสูงเป็นโรงแรมและคอนโดเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะมีการสร้างระบบรถไฟรางเบา แต่นักท่องเที่ยวและคนในเมืองโดยมากยังคงเดินทางโดยรถยนต์เป็นหลัก แม้ว่าจะได้เปลี่ยนแปลงรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นแล้วก็ตาม
- เศรษฐกิจของเมืองมีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่ายังพึ่งการท่องเที่ยวเป็นหลักก็ตาม แต่ก็มีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้เมืองมีความคักคักอยู่ตลอดเวลา



แผนภาพที่ 5-32 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ไมอามีแห่งตะวันออก”

สภาพการพัฒนาเมืองในฉากทัศน์นี้คือ จังหวัดภูเก็ตเติบโตอย่างมาก โดยรองรับการประชุมและการท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยเฉพาะพื้นที่เมืองถลาง เพื่อรองรับท่าอากาศยานภูเก็ตแห่งที่ 2 จึงจำเป็นต้องตัดถนนเส้นหลักและเส้นรองเพิ่มขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจร และการทำเขื่อนเพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนน้ำ ส่วนปัญหาการเชื่อมต่อระหว่างหาดและเมืองแก้ไขด้วยระบบอุโมงค์ลอดใต้ภูเขา เพื่อลดอุบัติเหตุและรองรับรถขนาดใหญ่



แผนภาพที่ 5-33 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “ไมอามีแห่งตะวันออก”

ฉากทัศน์ - รีเวียร่าแห่งอันดามัน (The French Riviera)

2562

- นักท่องเที่ยวแบบ FIT และ SoLoMo (Social, Local, Mobile) เริ่มเที่ยวในย่านเมืองเก่าของเมืองภูเก็ตมากกว่าอยู่เพียงแค่ในโรงแรมตามชายหาด บางคนใช้จักรยานยนต์ แต่โดยมากพยายามใช้ขนส่งมวลชน มากขึ้น การใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจึงมีอยู่ทั่วไป แม้ว่าจะมีการทะเลาะกันบ่อยครั้งระหว่างรถสองแถวและแท็กซี่ท้องถิ่นกับรถที่เรียกโดยแอปพลิเคชันบ้าง แต่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเห็นถึงความจำเป็นของการใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น จึงพยายามรณรงค์ให้ปลดล็อกกฎหมาย
- จังหวัดภูเก็ตได้กำหนดมาตรการให้ลดการใช้พลาสติกอย่างจริง ๆ จัง ๆ ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป ร้านขายกาแฟ และน้ำดื่มลดราคาให้กับลูกค้าที่เอากระติกหรือขวดของตนเองมาซื้อน้ำ
- เทศบาลนครภูเก็ตได้ออกเทศบัญญัติควบคุมความสูงอาคารภายในพื้นที่อนุรักษ์ พร้อมตั้งกองทุนสนับสนุนการฟื้นฟูเมืองและอนุรักษ์สถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่า โรงแรมขนาดเล็กแบบบูติคได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยว

2565

- มีความพยายามในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้นในภูเก็ตที่มากกว่าการท่องเที่ยวแบบ Sea, Sand, Sun
- เริ่มมีการจัดงานศิลปะ เทศกาลอาหารนานาชาติ และการจัดประชุมมากขึ้น
- แต่ความสามารถในการรองรับผู้มาเยือนก็ยังเพิ่มไม่ได้มากนัก และสนามบินแห่งที่สองยังเพิ่งเริ่มสร้าง
- ระบบขนส่งมวลชนเริ่มดีขึ้น รถไฟรางเบาเริ่มเห็นเป็นรูปเป็นร่าง เริ่มมีการพัฒนาย่านรอบสถานี มีการจัดระบบการเดินรถขนส่งมวลชนภายในเมืองใหม่ รถสองแถวปรับมาใช้เป็นพลังงานไฟฟ้ามากขึ้น เป็นเรื่องปกติที่จะเรียกสองแถวและรถยนต์ส่วนตัวได้ด้วยแอปพลิเคชันบนมือถือ ในขณะเดียวกันรถจักรยานยนต์ก็ได้เปลี่ยนมาเป็นเครื่องยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น
- นักท่องเที่ยวขี่จักรยานในพื้นที่เมืองมากขึ้น 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

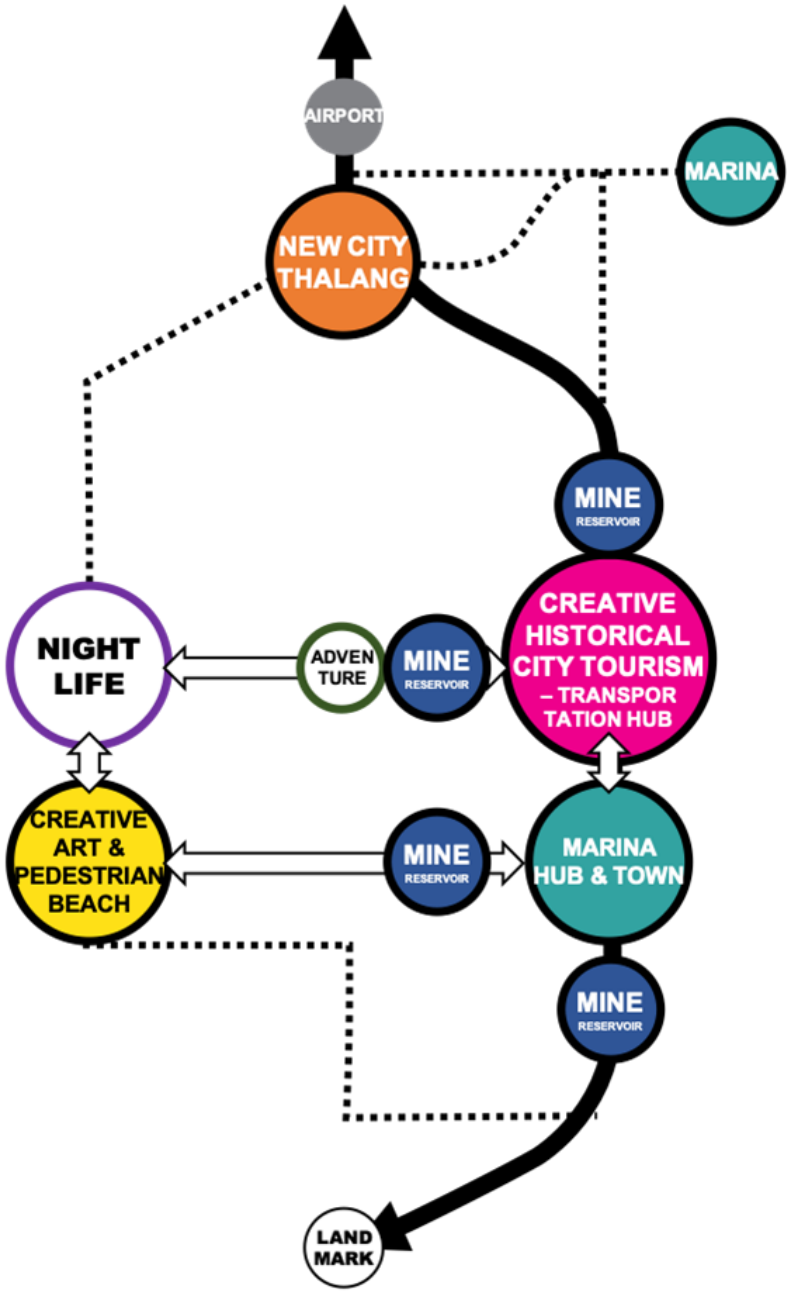
2575

- นักท่องเที่ยวรายได้สูงก็ยังคงมีมาเที่ยวภูเก็ต ซึ่งโดยมากก็พักอยู่ในโรงแรมราคาแพงริมหาดส่วนตัวหรือบนชายเขาริมทะเล มีกิจกรรมด้านศิลปะ การสร้างสรรค์ ดนตรีและการกินอาหารราคาแพง ส่วนใหญ่จัดในโรงแรมหรู แต่ก็เริ่มมีการเข้ามากินข้าวในร้านอาหารระดับมิชลินในเมืองมากขึ้น



แผนภาพที่ 5-34 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “รีเวียร่าแห่งอันดามัน”

สภาพการพัฒนาเมืองในฉากทัศน์นี้คือ จังหวัดภูเก็ตมีการเติบโตอย่างมีทิศทาง โดยเน้นการพัฒนาเมืองเดิมที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจและศูนย์กลางการเดินทางของจังหวัด อีกทั้งยังมีการพัฒนาหาดและท่าเรือที่มีบทบาทแตกต่างกันไป เพื่อสร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ขุมเหมืองได้รับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยรอบ และพัฒนาเพื่อบำบัดน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค



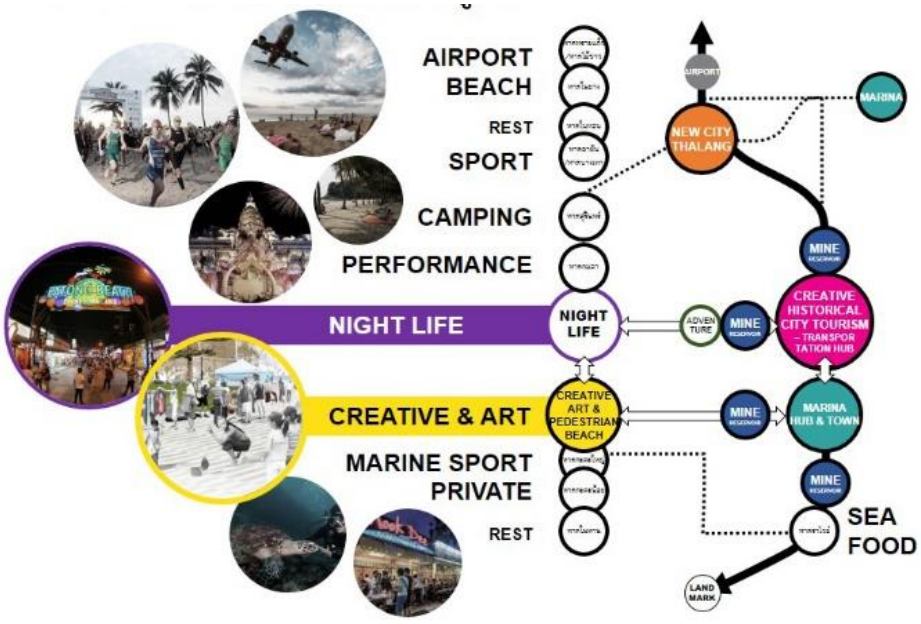
แผนภาพที่ 5-35 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดภูเก็ต ตามฉากทัศน์ “รีเวียร่าแห่งอันดามัน”

ข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น

ตามหลักการแล้ว การออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวควรเป็นไปตามกรอบแนวคิดหลักที่เป็นวิสัยทัศน์หรือแบรนด์ที่พัฒนาขึ้น ด้วยเหตุนี้ จึงควรมีกิจกรรมในการพัฒนาแบรนด์ของจังหวัดภูเก็ตโดยรวมที่เสริมกับจังหวัดภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลโดยรอบ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ที่เสริมเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว เช่น การออกแบบและพัฒนาเมือง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ดังนั้น แม้ว่าหัวข้อหลักของงานวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้อยู่ที่การพัฒนาแบรนด์ แต่เป็นเรื่องการออกแบบและพัฒนาเมือง คณะผู้วิจัยจำเป็นต้องมีกรอบแนวคิดใหญ่สำหรับข้อเสนอด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองสำหรับแต่ละพื้นที่ จึงได้กำหนดแนวคิดที่อาจใช้เป็นแบรนด์ได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในอนาคต ควรมีกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างจริงจังต่อไป

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอให้ใช้ธุรกิจสร้างสรรค์เป็นแกนนำในการเสริมสร้างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ไปพร้อมกับการเพิ่มฐานความรู้ในด้านนี้ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ภูเก็ตต่อไป ธุรกิจสร้างสรรค์มีอยู่หลากหลายมาก ทั้งด้านศิลปะและการออกแบบสินค้า ไปจนถึงด้านอาหาร เช่นโรงเรียน การฝึกอบรม ศูนย์วิจัยด้านอาหาร หรือแม้แต่การพัฒนาตลาดสดอาหารทะเลบริเวณหาดราไวย์ให้ทันสมัยและดูดีมากขึ้นแบบตลาดนัดในเมืองในยุโรป Chelsea Market ที่นิวยอร์ก Quincy Market ที่บอสตัน

คณะผู้วิจัยได้ประมวลแนวคิดและข้อเสนอเบื้องต้นในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แล้วนำไปเสนอในการประชุมกลุ่มย่อยเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 โดยมีประเด็นหลักดังนี้



แผนภาพที่ 5-36 การปรับเปลี่ยนบทบาทของหาดในจังหวัดภูเก็ต

แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน จังหวัดภูเก็ต

แนวคิดหลักในการพัฒนา คือ KARON Creative Beach ด้วยเหตุที่หาดกะรนมีประวัติศาสตร์และตำนานอยู่ในพื้นที่ มีการค้นคว้าแต่ไม่ได้รับการพัฒนาให้สะท้อนประวัติศาสตร์เดิม จึงจะสร้างอัตลักษณ์ของหาดด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดนี้สามารถตอบสนองกิจกรรม 2 ประการด้วยกัน คือ (1) การท่องเที่ยวระยะยาวและพักผ่อน (2) การท่องเที่ยวระยะสั้นแต่หลากกิจกรรม หากกะรนเป็นหาดที่มีศักยภาพและขนาดที่เหมาะสม แต่ไม่มีกิจกรรมรูปแบบใหม่อันเป็นอัตลักษณ์ของหาด ดังนั้น จึงต้องพัฒนาหาดกะรนเพื่อความเป็นสาธารณะและดึงนักท่องเที่ยวระยะยาว ในขณะเดียวกันก็พัฒนากิจกรรมศิลปะให้สะท้อนประวัติศาสตร์เพื่อเพิ่มกิจกรรมใหม่และอัตลักษณ์ใหม่

ในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง จำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขึ้นใหม่ โดยเข้าถึงภูเก็ตด้วยสนามบิน รถ smart bus และประยุกต์และพัฒนารถโพถ้อง และฟื้นฟูประวัติศาสตร์ที่เลือนหายไป

ปัญหาการใช้ประโยชน์ที่ดิน – ย่านโรงแรมและร้านอาหารเป็นทางเข้าถึงหาดจากเนื้อเมืองส่วนภาพบริการซึ่งอยู่ด้านหลัง ย่านโรงแรมขนาดใหญ่กลางหาดกะรนทำให้กิจกรรมของหากขาดช่วง และไม่เกิดการใช้งานพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ แม้ว่าหาดกะรนมีความเป็นสาธารณะสูง ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ แต่การเข้าถึงหาดมีเพียง 2 ทางเข้าเท่านั้น

แนวทางการพัฒนาพื้นที่ - ปรับปรุงถนนเพื่อเสริมการเข้าถึงจากเนื้อเมืองด้านหลัง โดยมีวัดและศูนย์ชุมชนเป็นพื้นที่เชื่อมต่อ และเสริมกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกริมหาดเพื่อเสริมความเป็นสาธารณะและกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การพัฒนา Art Pavilion เพื่อเป็นจุดหมายตาและดึงดูดผู้ใช้งาน การเชื่อมต่อพื้นที่ริมหาดทั้งหมดด้วยทางจักรยานและจุดจอดจักรยานเพื่อเป็นจุดพักและร่นระยะหาด

ผังการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยว - การเข้าถึงจากเมืองภูเก็ตและอ่าวฉลอง เดินทางด้วยรถประจำทาง รองรับกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่ มีการจัดระบบการเข้าถึงจากหาดป่าตอง นำกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย และมีจำนวนมากมุ่งเน้นรองรับเทศกาลและที่จอดรถ รวมถึงการเข้าถึงหาดกะตะซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวนิยมกีฬาทางน้ำ

ผังรายละเอียดพื้นที่วงเวียนกะรน - สร้างพื้นที่เปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และนิทรรศการ ประกอบด้วย พื้นที่จัดงานเทศกาลและที่จอดรถ พื้นที่จัดแสดง ลานปีกนิกริมหาดสำหรับครอบครัว ตลาดสินค้าทำมือ พื้นที่เปลี่ยนถ่ายรถประจำทาง–จักรยาน ลานเล่นน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวก ขยายฟุตบาทเพื่อการเดินและจัดการที่จอดรถตลาดสดสำหรับชุมชนและครอบครัว

แนวคิดการพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่เมืองภูเก็ต

พื้นที่เมืองภูเก็ตอาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ เมืองใหม่กับเมืองเก่า ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวในภูเก็ตด้านอาหารและศาสนสถานกระจายตัวอยู่โดยรอบเมืองเก่าภูเก็ตและยังไม่เชื่อมต่อกัน โดยเมืองเก่าภูเก็ตถูกพัฒนาด้านศิลปะเพื่อเสริมกิจกรรมเดิม และยังไม่เชื่อมต่อกับธุรกิจบริการเดิมในพื้นที่

การพัฒนาฐานด้านธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีความเฉพาะของพื้นที่ เช่น การพัฒนาแบรนด์ในภาพรวมและแบรนด์ของแต่ละพื้นที่ให้ไปให้ได้มากกว่า Sea, Sand, Sun โดยอาจรวม Savory (ความมีรสชาติของอาหาร) และ Sino-Portuguese (สถาปัตยกรรมและการออกแบบต่าง ๆ ที่สื่อถึงพื้นที่นี้) ฯลฯ

แนวทางการพัฒนาเมืองใหม่ภูเก็ต ควรประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1) พัฒนาพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งกระจายตัวธุรกิจบริการโดยรอบรองรับคนเมืองและนักท่องเที่ยว
2) พัฒนาพื้นที่อยู่อาศัยในเมืองภูเก็ตเพื่อเพิ่มความหนาแน่นและกิจกรรมในเมือง
3) พัฒนาแกนพื้นที่สีเขียวเชื่อมต่อพื้นที่เมืองเก่าและเมืองใหม่
4) พัฒนาแกนพื้นที่สีเขียวเชื่อมกับสวน
5) พัฒนาเมืองใหม่สะพานหินเป็นเมืองศูนย์การประชุม การพัฒนาธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวให้ครบห่วงโซ่ของการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับธุรกิจ MICE ในเมืองน่าจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการยกระดับการท่องเที่ยวของภูเก็ตได้

ทั้งนี้ การพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าเพื่อรองรับคนเมือง กลุ่มผู้อยู่อาศัยใหม่โดยรอบ และรองรับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงกลุ่มคนเดิมซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่

1) การพัฒนาสถานีขนส่งและพื้นที่รอบสถานี ก่อให้เกิดการเชื่อมต่อและเอื้อแก่กลุ่มผู้ใช้รถสาธารณะและนักท่องเที่ยว
2) การพัฒนาเมืองศูนย์การประชุม มุ่งเน้นการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งพื้นที่โดยรอบยังเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้อยู่อาศัยที่ใช้พื้นที่นันทนาการ
3) การพัฒนาเมืองเก่าโดยแบ่งพื้นที่ 3 ส่วนตามอัตลักษณ์ พัฒนาพื้นที่โดยรอบเมืองเก่าโดยมีการควบคุมอาคารเพื่อความสวยงาม
4) พัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานที่ขนส่งเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) เชื่อมต่อผ่านลานด้านหน้าอังมอหลาวสู่ตรอกและร้านอาหาร (2) เชื่อมต่อในแนวเหนือใต้ผ่านอาคารเตี่ยมฉู่ (3) พัฒนาพื้นที่สีเขียวเชื่อมต่อสู่พื้นที่โดยรอบ (4) จัดพื้นที่จอดรถโพถ้องเพื่อการเดินเท้าท่องเที่ยว (5) พัฒนาที่พักอาศัยเพื่อเพิ่มความหนาแน่นและเป็นที่จอดรถเมื่อจัดกิจกรรมโดยอยู่ในระยะ 300 เมตร

แนวการพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่สะพานหินให้เป็นเมืองใหม่

พื้นที่สะพานหินมีศักยภาพสูงในการฟื้นฟูและพัฒนาขึ้นใหม่ เพื่อตอบรับโจทย์สำหรับอนาคตของจังหวัดภูเก็ต แนวคิดหลักของการพัฒนาพื้นที่นี้มีตัวอย่างดังนี้

การพัฒนาจะเน้นสร้างอาคารและปรับปรุงพื้นที่ขึ้นใหม่ แต่เก็บอาคารและโครงถนนเดิมไว้และพัฒนาพื้นที่ให้เต็มประสิทธิภาพ และมีพื้นที่สีเขียวคาดล้อมรอบบริเวณสะพานหิน การพัฒนาพื้นที่สีเขียวและทางจักรยานตามแนวคลองบางใหญ่จากเมืองเก่าภูเก็ตสู่บริเวณสะพานหิน พัฒนาคลองแทรกเข้ามาภายในพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่รับน้ำและใช้เพื่อเป็นแหล่งผลิตน้ำอุปโภคบริโภค พัฒนาทางเดินแบบ skywalk เพื่อเชื่อมต่อกลุ่มอาคารเข้าด้วยกัน พัฒนาศูนย์การประชุมอยู่ปลายสุดของสะพานหินเพื่อดึงดูดผู้ใช้งาน

สำหรับผังรายละเอียดการใช้พื้นที่บริเวณสะพานหินนั้น ประกอบด้วยเมืองศูนย์การประชุม ศูนย์การเรียนรู้ กลุ่มอาคารสำนักงานและที่จอดรถ กลุ่มอาคารที่อยู่อาศัย ธุรกิจโรงแรม และพาณิชยกรรม สวนสาธารณะพื้นที่สะพานหินและพื้นที่รับน้ำ สนามกีฬาสะพานหินและพื้นที่จัดงานเทศกาลกลางแจ้ง ตลาดปลากอจ๊านและกลุ่มอาคารนันทนาการเดิม จุดชมวิวสะพานหินและเส้นทางเดิมริมทะเล

แนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ขุมเหมือง

เนื่องจากปัญหาสำคัญประการหนึ่งของจังหวัดภูเก็ตคือ การขาดแคลนน้ำประปา คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวคิดการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ขุมเหมืองให้เกิดประโยชน์ในหลายด้าน ทั้งด้านการสร้างแหล่งน้ำสำหรับอุปโภคและบริโภค รวมถึงการพัฒนาพื้นที่รอบเหมืองเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านนันทนาการ องค์ประกอบหลักของการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่นี้ ได้แก่ การพัฒนาที่อยู่อาศัย เพิ่มความหนาแน่นและคุณภาพชีวิตรอบขุมเหมือง ได้แก่ พื้นที่สาธารณะและสภาพธรรมชาติ การเข้าถึงหาดที่สะดวกจากที่อยู่อาศัยใหม่ การพัฒนาขุมเหมืองเพื่อบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคและนันทนาการ การสร้างกิจกรรมและที่อยู่อาศัยโดยรอบโดยมีแนวกันชนสำหรับบ่ออุปโภคบริโภค การตัดถนนภายในเพื่อเชื่อมบล็อกขนาดใหญ่ การพัฒนาพื้นที่สีเขียวและกิจกรรมนันทนาการ โดยแยกจากบ่ออุปโภคบริโภคและเชื่อมต่อสนามกีฬาของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

สำหรับผังรายละเอียดการใช้พื้นที่บริเวณขุมเหมืองมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ใช้เป็นตัวอย่างนั้น ประกอบด้วยพื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย โรงบำบัดน้ำจากขุมเหมือง เพื่อการอุปโภคบริโภค เพื่อการนันทนาการ เพื่อการจัดงานและกิจกรรม แกนถนนเชื่อมสู่สนามกีฬาและอาคารพาณิชยกรรม ที่จอดรถสาธารณะ สวนสาธารณะและลานปิกนิก และอาคารที่อยู่อาศัยและที่จอดรถภายใน

ตัวอย่างข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่

เนื้อหาส่วนนี้นำเสนอข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่เฉพาะรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นตามฉากทัศน์ ตามฉากทัศน์ 4 ฉากที่ได้วิเคราะห์เป็นตัวอย่างขึ้นมา ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์นี้แสดงให้เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นกับเมืองภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศ คณะทำงานได้เลือกพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองเพื่อเป็นตัวอย่างมา 4 แห่ง เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและทิศทางของการพัฒนาเพื่อให้พร้อมรับฉากทัศน์ที่เกิดขึ้น

อนึ่ง พื้นที่เมืองในจังหวัดภูเก็ตมีทั้งในพื้นที่เมืองในส่วนของเทศบาลนครในอำเภอเมือง อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง แม้ว่าพื้นที่บางส่วนของจังหวัดภูเก็ตอาจมีสภาพภูมิประเทศคล้ายกับพื้นที่ป่าและพื้นที่ชนบท แต่จากสภาพความเป็นจริงของการตั้งถิ่นฐาน การปลูกสร้างอาคาร การใช้ชีวิตและการใช้ทรัพยากร อาจกล่าวได้ว่า เกาะภูเก็ตแทบทั้งเกาะมีความเป็นเมืองแล้วทั้งสิ้น สำหรับการวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ เนื่องจากพื้นที่เมืองในจังหวัดภูเก็ตมีอยู่หลายแห่ง ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่เมืองเก่าและพื้นที่ต่อเนื่องในอำเภอเมืองภูเก็ต พื้นที่เมืองบริเวณหาดกะรน และพื้นที่ขุมเหมือง เพื่อยกตัวอย่างประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญและตัวอย่างการออกแบบเมืองที่ตอบสนองประเด็นยุทธศาสตร์เฉพาะนั้น ๆ

เมืองภูเก็ต

ศักยภาพของเมือง

- เศรษฐกิจภาคบริการของจังหวัดภูเก็ต
- สะดวกต่อการเดินทาง และระบบขนส่งที่เพรียบพร้อม
- แหล่งรวมประวัติศาสตร์สำคัญของภูเก็ต
- Smart City & Formalization

ทิศทางการพัฒนา

- พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น
- กิจกรรมเมืองรองรับคนเมืองและนักท่องเที่ยว

หาดกะรน

ศักยภาพของเมือง

- หาดยาวเป็นอันดับ 3 ของจังหวัดภูเก็ต
- เนื้อทรายขาว ละเอียด
- มีความเป็นสาธารณะสูง

- ใกล้ชุมชน และศาสนสถานที่สำคัญ
- ใกล้หาดป่าตอง กะตะ อันเป็นหาดสำคัญในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
- มีศักยภาพการพัฒนา และการเข้าถึงด้วยระบบขนส่ง

ทิศทางการพัฒนา

- พัฒนาอัตลักษณ์ของหาด ทางด้านศิลปะ สะท้อนตำนานพื้นถิ่น และพัฒนาการเดิน หรือจักรยาน
- เชื่อมต่อชุมชน และกิจกรรมสร้างสรรค์
- พัฒนาที่พักอาศัยระยะยาว

อ่าวฉลอง

ศักยภาพของเมือง

- PYCC ศูนย์รวมสิ่งอำนวยความสะดวกเรือท่องเที่ยว
- สะดวกต่อการเชื่อมต่อกับหมู่เกาะโดยรอบ
- มีศักยภาพการพัฒนา และการเข้าถึงด้วยระบบขนส่ง
- สามารถเชื่อมต่อไปหาดโดยรอบได้สะดวก

ทิศทางการพัฒนา

- พัฒนาท่าเรือรองรับ Super Yacht และ Cruise
- พัฒนาเส้นทางเรือประจำ เพื่อรองรับคนเมืองภูเก็ต และนักท่องเที่ยว
- พัฒนาธุรกิจที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบท่าเรือ

ขุมเหมือง

ศักยภาพของเมือง

- พื้นที่ขุมเหมืองเดิมเป็นพื้นที่สัมปทานของรัฐ จึงง่ายต่อการพัฒนา
- อยู่ในตำแหน่งระหว่างเมืองและหาดต่าง ๆ
- มีแหล่งน้ำและที่ดินโดยรอบขนาดใหญ่

ทิศทางการพัฒนา

- พัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยรอบขุมเหมืองเดิม เพื่อให้คุ้มแก่การรักษาแหล่งน้ำไว้
- พัฒนาขุมเหมืองเพื่อบำบัดน้ำ เพื่อการบริโภค และกิจกรรมสันทนาการ

แนวคิดการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต

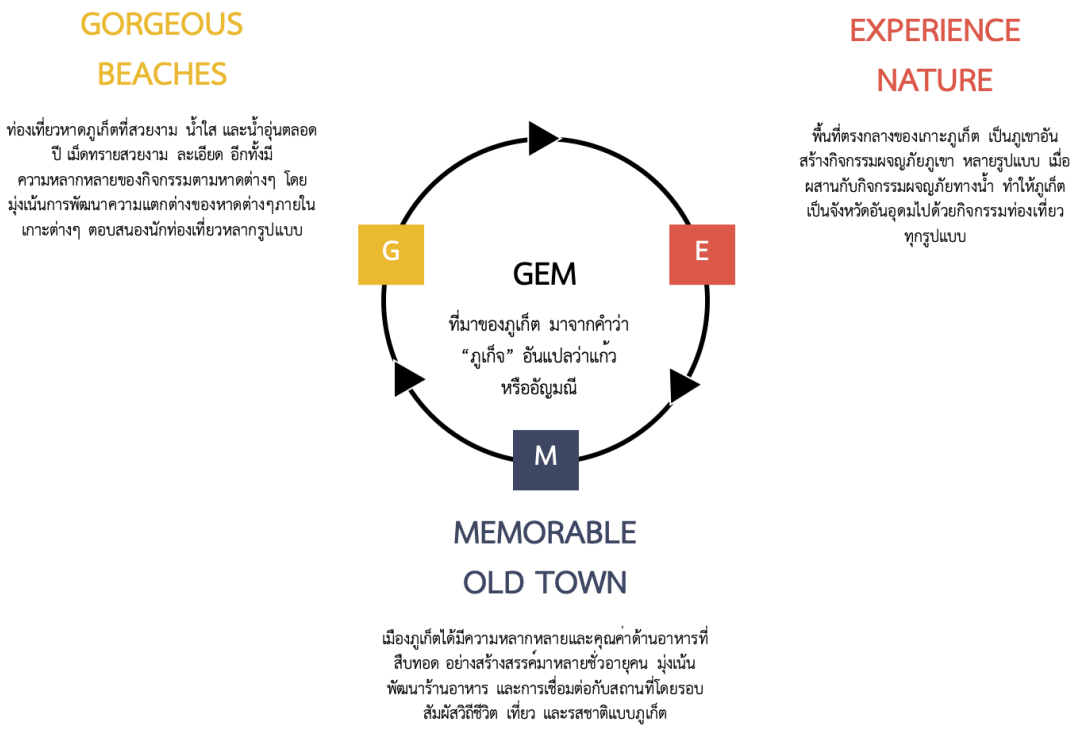
จากการทบทวนวรรณกรรมและรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อยในกระบวนการทำ Branding คณะทำงานได้เสนอแนวคิดของการพัฒนาภูเก็ตในฐานะเมืองท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “GEM” ซึ่งแปลว่า อัญมณีในภาษาอังกฤษ เพื่อสะท้อนถึงที่มาของจังหวัดภูเก็ต ที่มีชื่อเดิมคือ ภูเก็จ ซึ่งแปลว่าแก้ว หรืออัญมณี การทำเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้สามารถสื่อสารกับนานาชาติ และที่จดจำในระดับโลกได้ง่ายขึ้น โดยมีแยกออกเป็น 3 แนวคิดในการพัฒนา ดังนี้

- **GORGEOUS BEACHES**
  ท่องเที่ยวหาดภูเก็ตที่สวยงาม น้ำใส และน้ำอุ่นตลอดปี เม็ดทรายสวยงาม ละเอียด อีกทั้งมีความหลากหลายของกิจกรรมตามหาดต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความแตกต่างของหาดต่าง ๆ ภายในเกาะ ตอบสนองนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ
- **EXPERIENCE NATURE**
  พัฒนาพื้นที่กลางจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นภูเขา เพื่อสร้างกิจกรรมผจญภัยบนภูเขาหลากรูปแบบ เมื่อผสานกับกิจกรรมผจญภัยทางน้ำ ทำให้ภูเก็ตเป็นจังหวัดอันอุดมไปด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวที่สัมผัสธรรมชาติในทุกมิติ
- **MEMORABLE OLD TOWN**
  เมืองภูเก็ตมีความหลากหลายและคุณค่าด้านอาหารที่สืบทอดอย่างสร้างสรรค์มาหลายชั่วอายุคน โดยมุ่งเน้นพัฒนาร้านอาหาร และการเชื่อมต่อกับสถานที่โดยรอบ สัมผัสวิถีชีวิต เที่ยว และรสชาติแบบภูเก็ต

ภาพลักษณ์ของเมืองจังหวัดภูเก็ตจะถูกจดจำด้วยการเป็นเมืองชายทะเลอันอุดมไปด้วยชายหาด น้ำทะเล และธรรมชาติที่สวยงาม เมืองที่รุ่มรวยไปด้วยอาหารรสเลิศ วัฒนธรรม และอาคารอันเป็นที่น่าจดจำ และสุดท้ายเป็นเมืองศูนย์การประชุมในระดับนานาชาติ



แผนภาพที่ 5-37 กลุ่มคำเมื่อนึกถึงจังหวัดภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-38 Position และ DNA แบรนดิ้งของจังหวัดภูเก็ต

ตัวอย่างแนวคิดเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่เฉพาะ

จากการวิเคราะห์ฉากทัศน์และการนำเสนอแนวคิดที่เป็นแบรนด์หรือภาพลักษณ์ของเมืองภูเก็ตที่จะใช้ต่อไปในอนาคต จากความเป็นไปได้ และความพร้อมในด้านต่าง ๆ การศึกษา เลือกพื้นที่ต่าง ๆ 3 พื้นที่ เพื่อเป็นพื้นที่ศึกษาในการสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับเงื่อนไขและสถาการณ์การพัฒนาของเมืองและภูมิภาคที่เป็นอยู่

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาพื้นที่เมืองภูเก็ต

การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองภูเก็ต

พื้นที่เมืองใหม่และเมืองเก่า

พื้นที่เมืองภูเก็ตได้มีการขยายตัวไปทางทิศตะวันตกของเมือง ทั้งพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัย ไปตามแนวถนนบายพาสของเมืองภูเก็ต เนื่องจากคนส่วนมากใช้รถยนต์ในการเดินทางเป็นหลัก สามารถเชื่อมต่อไปส่วนต่าง ๆ ของจังหวัดได้สะดวก อีกทั้งพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตมีความหนาแน่น อาคารเล็ก ไม่มีที่จอดรถและขนาดถนนที่เล็ก ไม่ตอบรับกับกิจกรรมปัจจุบันของคนเมือง

โดยแนวระบบขนส่ง LRT จะวิ่งเข้ามาในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งปัจจุบันมีความหนาแน่นของกิจกรรมน้อยกว่าพื้นที่ทางตะวันตก จึงมีความจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินใหม่ เพื่อให้มีผู้ใช้บริการและคุ้มค่าแก่การลงทุน นอกจากนี้จากยังต้องมีการจัดระบบขนส่งมวลชนเดิมที่มีอยู่อย่างเช่นรถโพถ้องให้ได้ประสิทธิภาพ รวมถึงการเพิ่มระบบขนส่งมวลชนรองเข้าไปเพื่อกระจายการให้บริการเข้าสู่พื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง

ภาพจำของเมืองภูเก็ต และการแบ่งย่านในเมืองภูเก็ตมีความสัมพันธ์กับระบบวงเวียนที่มีอยู่ถึง 9 แห่ง ซึ่งมีกิจกรรมและเอกลักษณ์แตกต่างกัน อันเป็นภาพจำของชาวภูเก็ต และง่ายต่อการจดจำแก่นักท่องเที่ยวรวมถึงเป็นภาพจำร่วมกันของชาวเมืองภูเก็ต โดยแต่ละวงเวียนมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. **วงเวียนสุริยเดช-วงเวียนน้ำพุ** วงเวียนสำหรับเปลี่ยนถ่ายการสัญจร
2. **วงเวียนสุรินทร์-วงเวียนหอนาฬิกา** วงเวียนสำหรับการท่องเที่ยว ถ่ายรูป
3. **วงเวียนอนุสรณ์สถานเหมืองแร่ภูเก็ต 60 ปี-วงเวียนหอยสะพานหิน** วงเวียนสวนสาธารณ
4. **วงเวียนนิมิตร-วงเวียนม้าน้ำ** วงเวียนย่านกินดื่ม
5. **วงเวียนสุรินทร์-นริศร** วงเวียนย่านราชการ
6. **วงเวียนกะรน** วงเวียนประจำหาดกะรน
7. **วงเวียนห้าแยกฉลอง** วงเวียนประจำท่าเรืออ่าวฉลอง

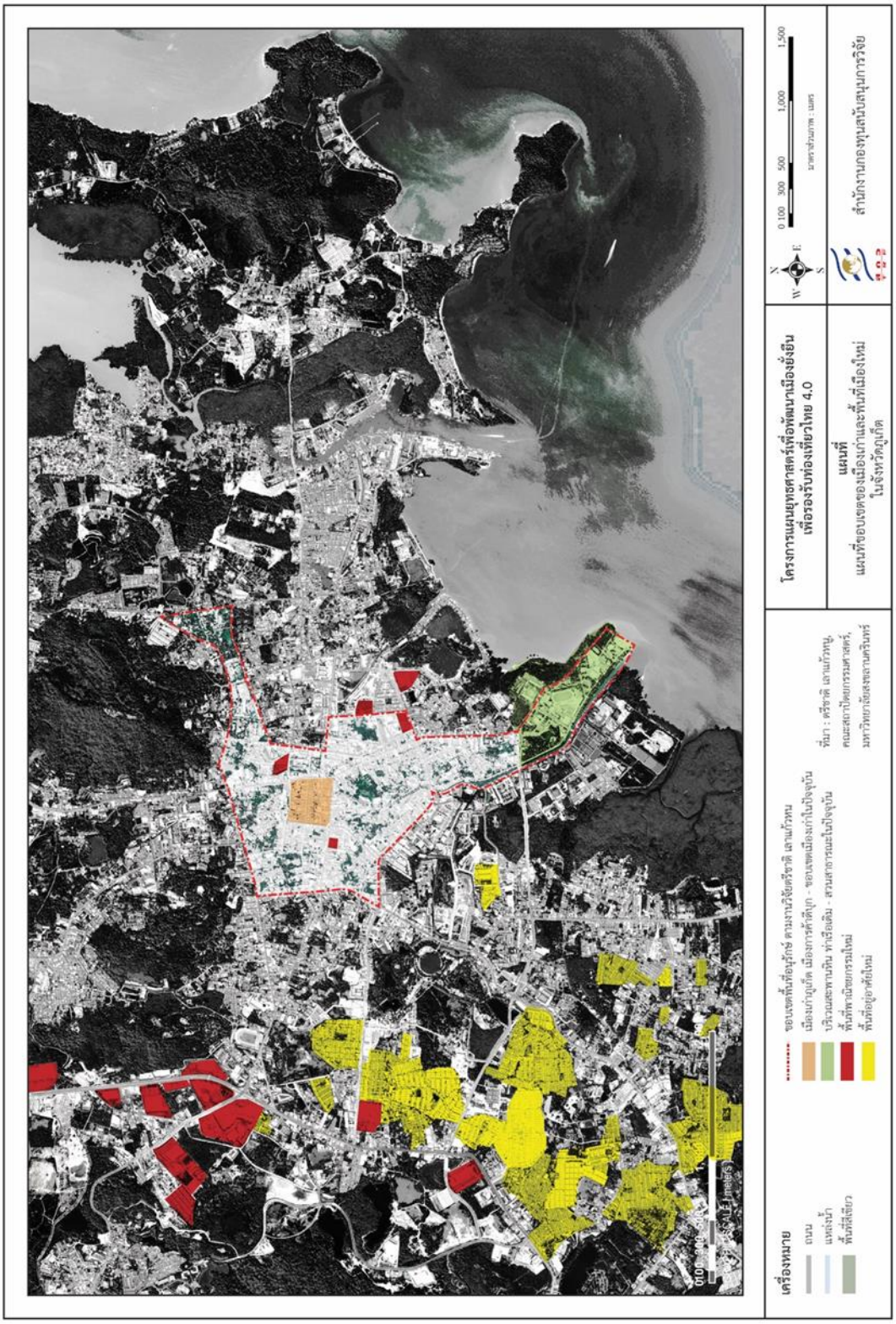
8. **วงเวียนเกาะสิเหร่** วงเวียนประจำเกาะสิเหร่ และชุมชนชาวเล
9. **วงเวียนท้าวเทพกระษัตรี** ภาพจำในการเดินทางเข้าภูเก็ต

การท่องเที่ยวในภูเก็ต ด้านอาหาร และศาสนสถานกระจายตัวอยู่โดยรอบเมืองเก่าภูเก็ต และยังไม่เชื่อมต่อกันได้ดีนัก โดยเมืองเก่าภูเก็ตได้รับการพัฒนาด้านศิลปะ เช่น สตรีท อาร์ท เพื่อเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเดิม แต่ยังไม่เชื่อมต่อกับธุรกิจบริการเดิมในพื้นที่ได้เต็มศักยภาพ

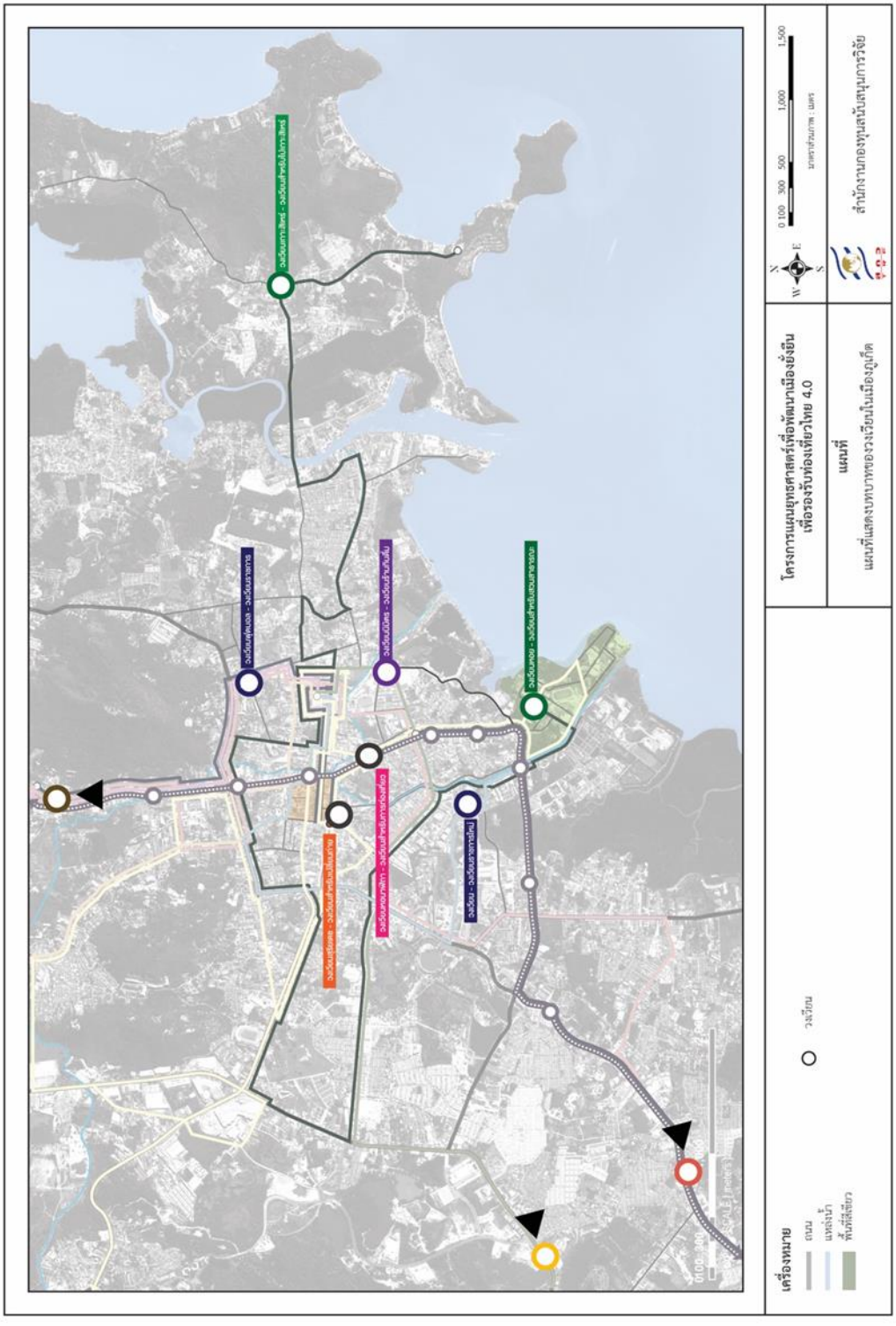


แผนภาพที่ 5-39 วงเวียนในจังหวัดภูเก็ต

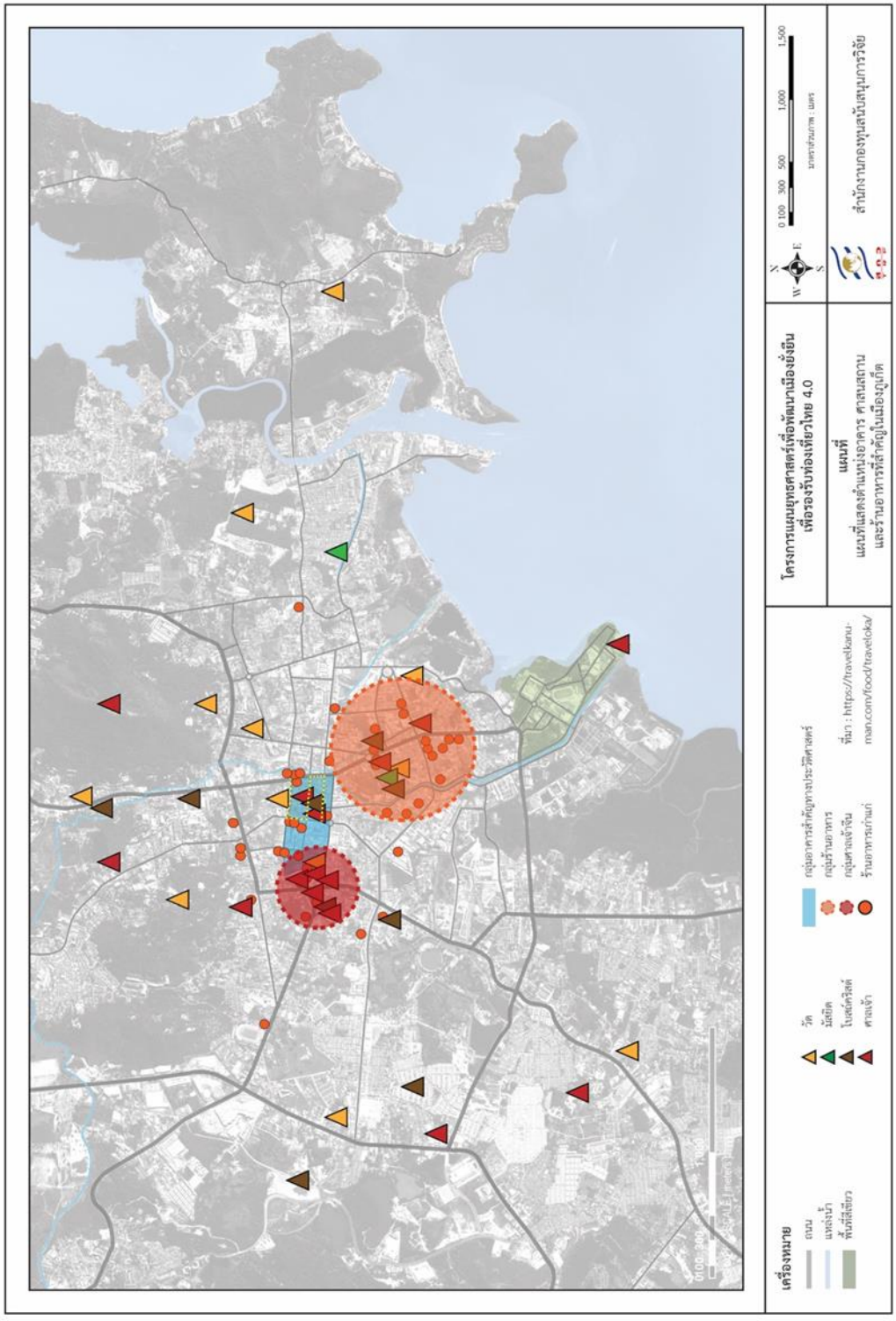
ที่มา : https://lovetwovillas.wordpress.com/2010/10/14/ให้ทาย-ภูเก็ตมีวงเวียน/



แผนที่ 5-4 ขอบเขตเมืองเก่าและพื้นที่เมืองใหม่ในจังหวัดภูเก็ต



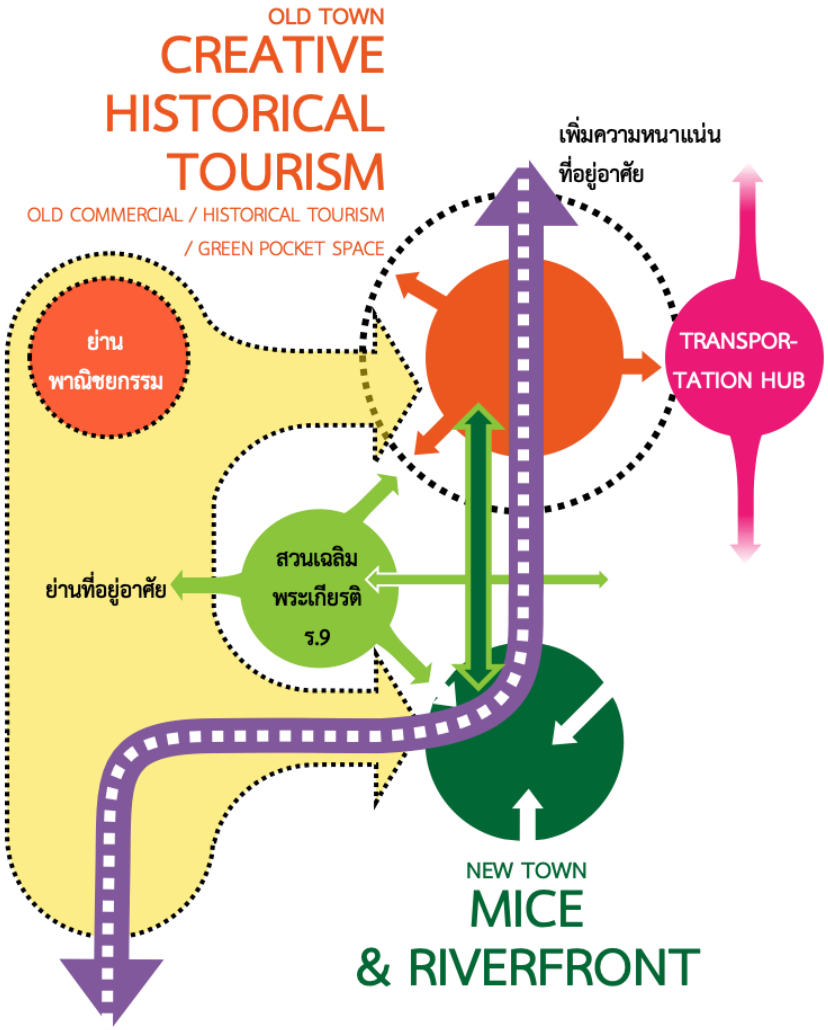
แผนภาพที่ 5-41 บทบาทของจังหวัดในเมืองภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-42 ตำแหน่งอาคาร ศาสนสถาน และร้านอาหารที่สำคัญในเมือง

แนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต

เมืองภูเก็ตมีบทบาทในการเป็นเมืองภาคเศรษฐกิจและบริการของจังหวัด โดยมีประวัติศาสตร์และคุณค่ามากมาย การพัฒนาระบบขนส่ง LRT จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงแก่เมืองภูเก็ต โดยมีแนวคิดในการพัฒนาเมืองภูเก็ตเพื่อสร้างกิจกรรม การใช้ประโยชน์ที่ดินใหม่ และความหนาแน่นภายในเมืองภูเก็ต เพื่อตอบสนองแก่การพัฒนาระบบขนส่ง LRT และการกระจายตัวสู่หาดโดยรอบได้สะดวก เพื่อทำให้การเมืองภูเก็ตสามารถผนวกกับทริปการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น



แผนภาพที่ 5-43 แนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต

พัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตเป็น Creative Historical Tourism

เมืองภูเก็ตมีศักยภาพจากคุณค่าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ภายในเมือง จึงพัฒนาโดยนำคุณค่าเดิมมาต่อยอดแก่นักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยภายในเมืองภูเก็ต พัฒนาสินค้า กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ธุรกิจที่พัก และกิจกรรมยามราตรีในอัตราส่วนที่เหมาะสม ไม่กระทบต่อธุรกิจดั้งเดิม เชื่อมต่อกับการพัฒนาโดยรอบ บขส.เก่า ซึ่งพัฒนาเป็น Transportation Hub รองรับการเชื่อมภายในจังหวัดภูเก็ต อีกทั้งพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยรอบเมืองเก่าภูเก็ต โดยนำพื้นที่ว่างที่ยังพัฒนาไม่เต็มศักยภาพมาพัฒนา เพื่อเพิ่มความหนาแน่นของกิจกรรมภายในเมือง และเป็นการจัดการที่จอดรถภายในเมือง

พัฒนาพื้นที่รอบ บขส.เก่าเป็น Transportation Hub

เมืองภูเก็ตจำเป็นต้องมีการจัดการด้านระบบขนส่งภายในจังหวัดเพื่อรองรับปริมาณคน และการเชื่อมต่อที่ซับซ้อนในอนาคต โดยพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ พาณิชยกรรม สำนักงาน และที่อยู่อาศัยแบบผสมผสานโดยรอบสถานีขนส่ง โดยมีความสูง และความหนาแน่นแตกต่างกับตัวเมืองเก่า

พัฒนาพื้นที่บริเวณสะพานหินเป็น MICE & Waterfront City

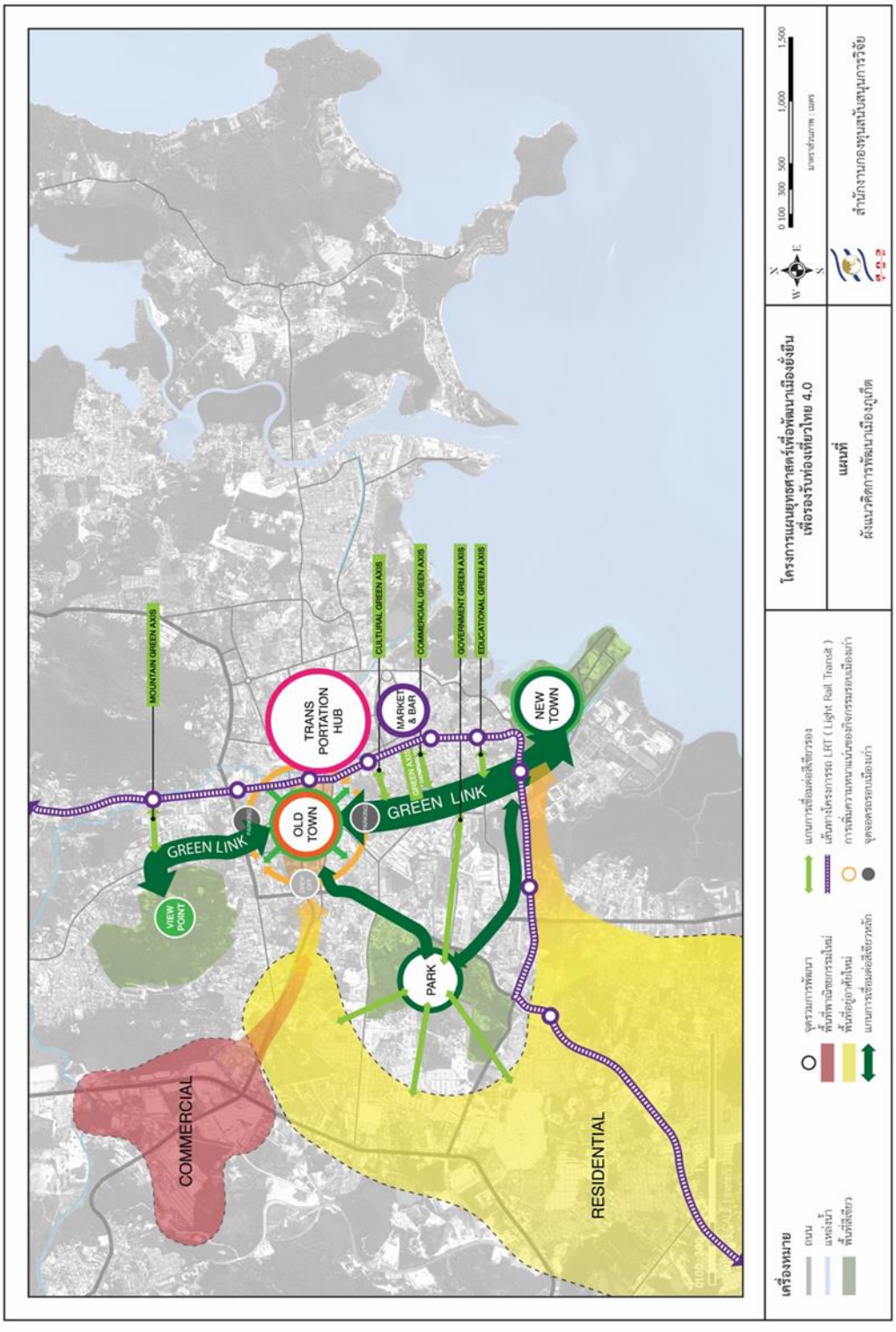
พื้นที่บริเวณสะพานหินมีประวัติศาสตร์เติบโตจากการเป็นท่าเรือในสมัยอุตสาหกรรมดีบุก และได้รับการพัฒนาเป็นสวนสาธารณะสะพานหิน อันเป็นที่พักผ่อนของคนเมือง แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวมากเพียงพอ ด้วยศักยภาพของการมีที่ดินขนาดใหญ่ และผู้ถือครองที่ดินเป็นภาครัฐ ทำให้พื้นที่บริเวณสะพานหิน ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อเป็น MICE รองรับกิจกรรมการประชุมในระดับนานาชาติ สร้างความหนาแน่น และดึงดูดผู้ใช้งานที่หลากหลาย อีกทั้งพัฒนาสำนักงานและที่อยู่อาศัยใหม่โดยรอบ โดยยังคงเก็บพื้นที่ริมทะเลและริมคลองเอาไว้ให้คนเมืองภูเก็ต และนักท่องเที่ยวสามารถใช้งานได้

พัฒนาพื้นที่ริมคลองบางใหญ่

พัฒนาตลอดริมคลองบางใหญ่ เพื่อเป็นทางเลือกในการเดินทางเชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่า และบริเวณสะพานหิน โดยสร้างกิจกรรมริมน้ำ คาเฟ่ บาร์ สวนสาธารณะขนาดเล็กและทางจักรยาน อีกทั้งมีการพัฒนาแกนเชื่อมต่อกับแนวขนส่ง LRT โดยแยกตามบทบาทของแต่ละถนน

พัฒนาพื้นที่รอบสวนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 และถนนเชื่อมต่อ

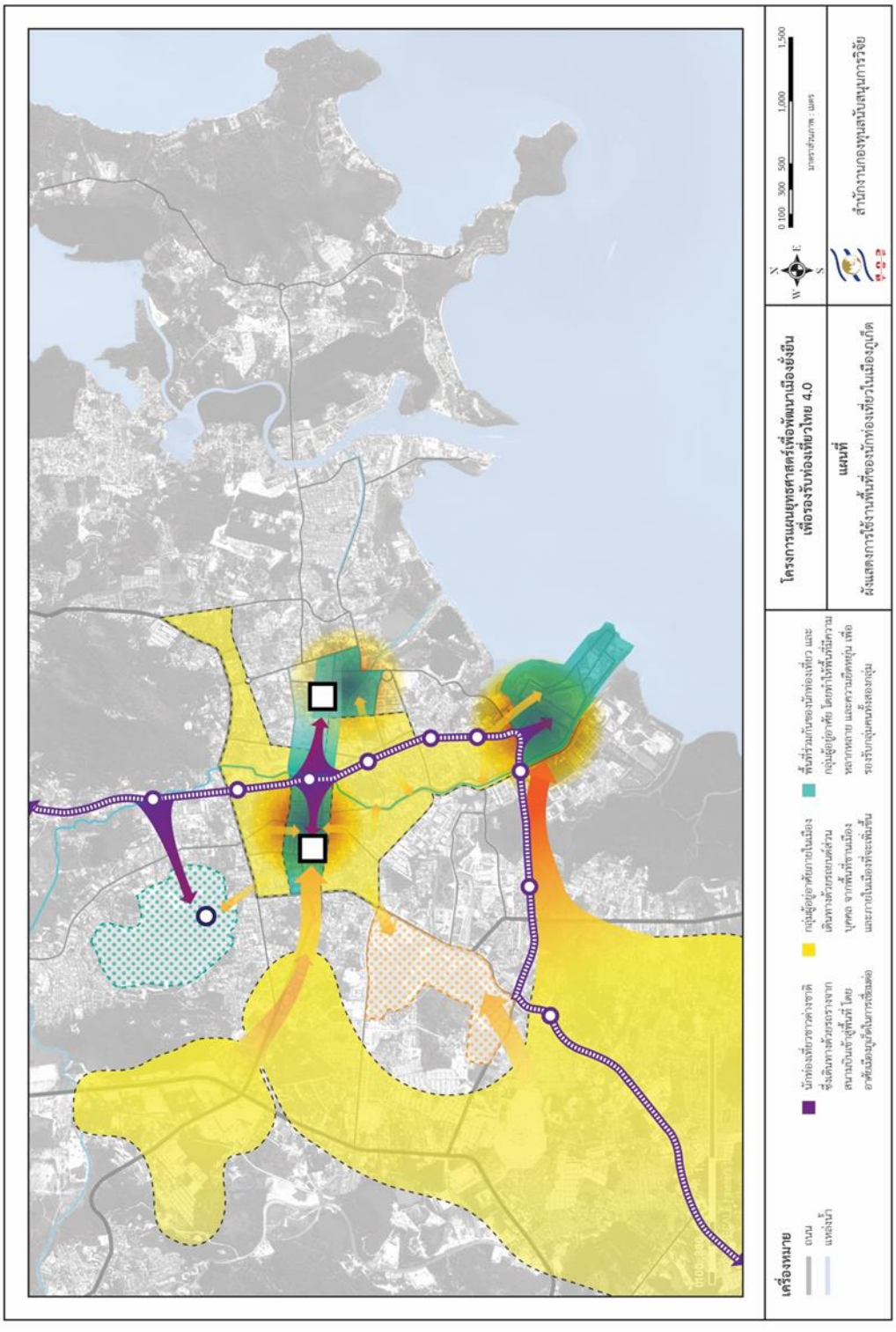
พัฒนาพื้นที่รอบสวนสาธารณะ เพื่อดึงดูดผู้ใช้งานจากย่านพาณิชยกรรมและย่านที่อยู่อาศัยใหม่ โดยเชื่อมต่อสู่พื้นที่พัฒนาภายในเมืองภูเก็ตได้สะดวก สร้างความสมดุลของกิจกรรมของคนเมืองและนักท่องเที่ยว



แผนที่ 4-5 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต

ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

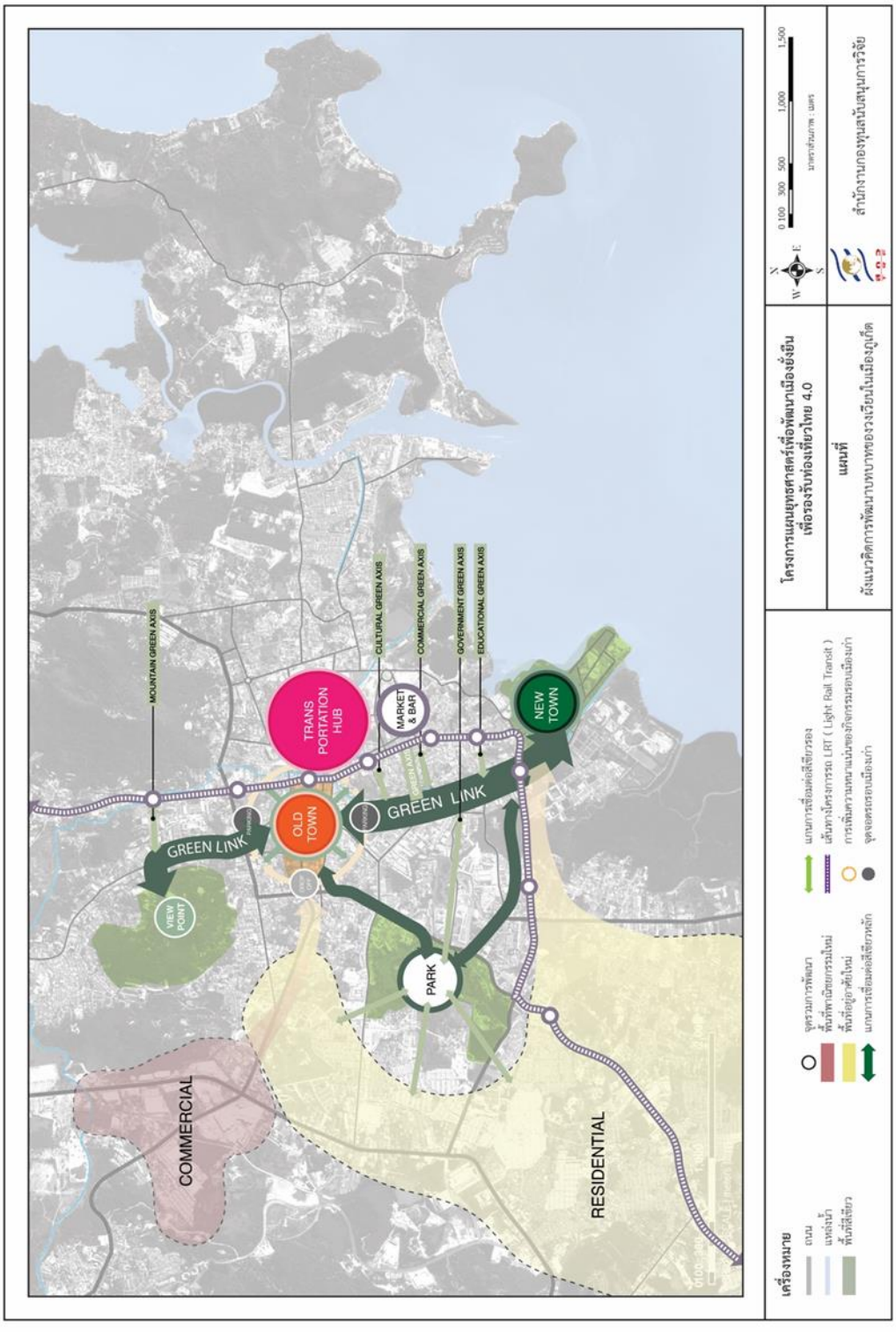
- การพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าเพื่อรองรับคนเมืองกลุ่มผู้อยู่อาศัยใหม่โดยรอบ และรองรับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงกลุ่มคนเดิม ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่
- การพัฒนาสถานีขนส่ง และพื้นที่รอบสถานี บขส.เก่า ก่อให้เกิดการเชื่อมต่อ เอื้อแก่กลุ่มผู้ใช้รถสาธารณะและนักท่องเที่ยว
- การพัฒนาเมืองศูนย์การประชุม มุ่งเน้นการสร้างกิจกรรมที่หลากหลายในการท่องเที่ยว อีกทั้งพื้นที่โดยรอบยังเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้อยู่อาศัยที่ใช้พื้นที่นันทนาการ



แผนภาพที่ 5-45 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ต

ผังแนวคิดการพัฒนาบทบาทของวงเวียน

- **วงเวียนสุริยเดช-วงเวียนน้ำพุ** เปลี่ยนแปลงบทบาทจากวงเวียนสำหรับการเปลี่ยนถ่ายการสัญจร ให้เป็นวงเวียนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นภาพจำ หรือจุดนัดพบของเมืองเก่าภูเก็ต
- **วงเวียนสุรินทร์-วงเวียนหอนาฬิกา** เปลี่ยนแปลงบทบาทจากวงเวียนสำหรับการท่องเที่ยว ถ่ายรูปในยามราตรี ให้เป็นวงเวียนสำหรับการเปลี่ยนถ่ายการสัญจร สร้างกิจกรรมโดยรอบวงเวียนให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น รองรับการเปลี่ยนถ่ายตลอด 24 ชม.
- **วงเวียนอนุสรณ์สถานเหมืองแร่ภูเก็ต 60 ปี-วงเวียนหอยสะพานหิน** เปลี่ยนแปลงบทบาทจากวงเวียนสวนสาธารณะ เป็นวงเวียนประจำเมืองศูนย์การประชุม อันเป็นบทบาทใหม่ของเมืองภูเก็ต



ที่มา: ผู้ใช้อยู่ศึกษาในปี 2560 และแบบผังภาพที่ 94-5 ที่มีแบบหลา

การพัฒนาระบบขนส่งมวลชนภายในเมืองภูเก็ต

ปรับปรุงและจัดการเส้นทางรถโพถ้องและเส้นทางรถ Smart Bus เพื่อตอบรับกับแนวเส้นทางขนส่ง LRT โดยให้รถโพถ้องวิ่งรองรับกิจกรรมโดยรอบเมืองภูเก็ตเป็นหลัก เชื่อมต่อจุดสำคัญของคนเมือง และเส้นทางที่มีชุมชนเดิม และรถ Smart Bus วิ่งรองรับกิจกรรมระดับเมือง เข้าสู่ถนนใหญ่ และพื้นที่อยู่อาศัยใหม่

เส้นทางรถโพถ้องใหม่

พัฒนามีจุดหมายปลายทางใกล้เคียงกับของเดิม และปรับเส้นทางให้มีทับซ้อนน้อยลง โดยมีรถโพถ้องสาย 1 และสาย 2 เป็นเส้นแกนกระจายจากตัวเมือง และรถโพถ้องสาย 3 เป็นเส้นวงแหวนรอบเมืองภูเก็ต และเชื่อมในแนวตะวันออก และตะวันตก

รถโพถ้องสาย 1 บิ๊กซี – วิทยาลัยอาชีวภูเก็ต

รถโพถ้องสาย 2 ตลาดสี่มุมเมือง - ตลาดสดดาวน์ทาวน์

รถโพถ้องสาย 3 ตลาดนัดนาคา – สะพานหิน - เกาะสิเหร่

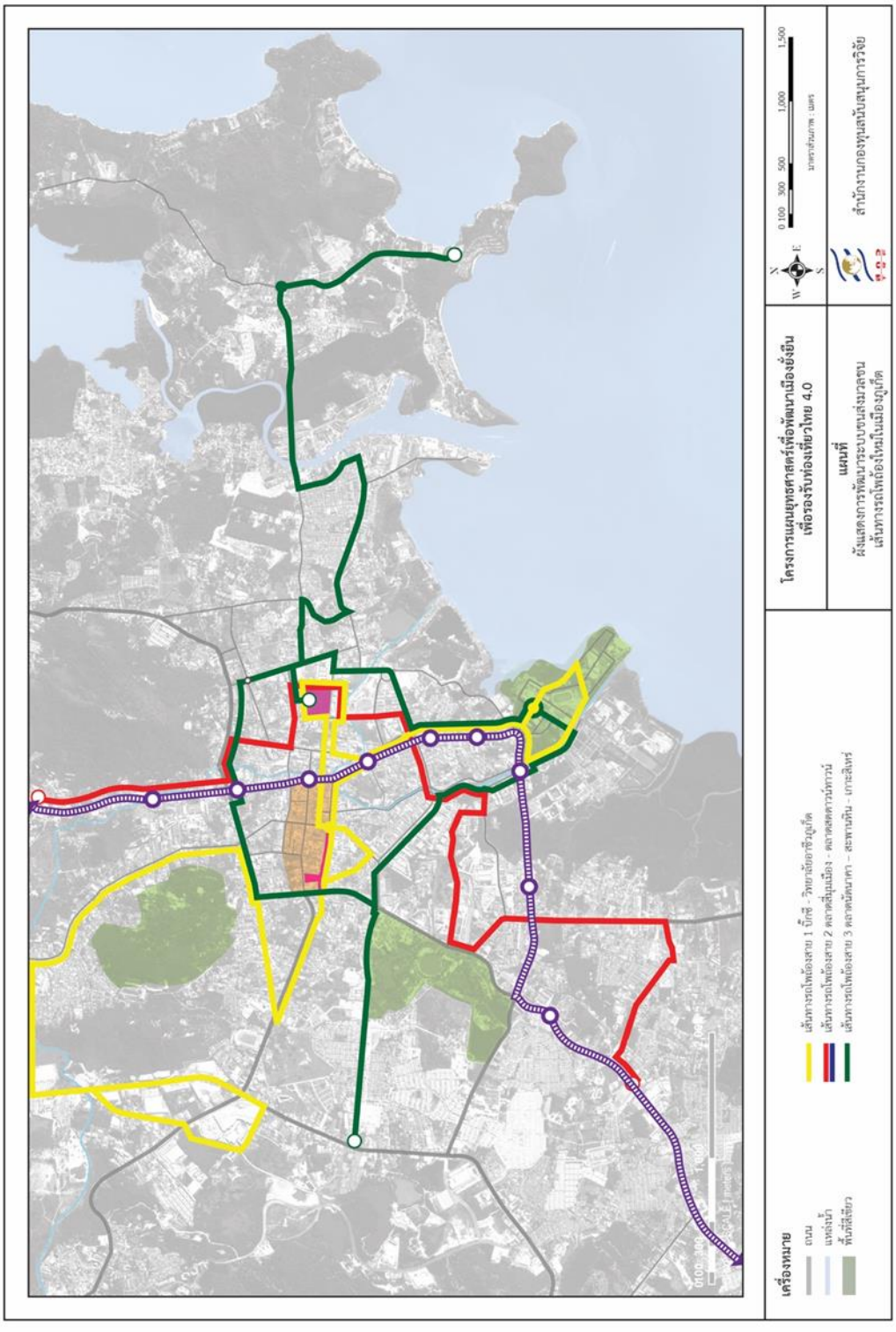
เส้นทางรถ Smart Bus ใหม่

พัฒนาโดยวิ่งรองรับระดับเมือง เชื่อมต่อระหว่างอนุสาวรีย์ท้าวเทพ - อ่าวฉลอง ซึ่งมีการพัฒนา TOD รอบสถานีทั้งสอง และเชื่อมต่อสู่ป่าตองอันเป็นหาดที่อยู่ใกล้กับเมืองภูเก็ต ลดจำนวนเส้นทางที่มีการทับซ้อนกับรถโพถ้อง Airport Bus และ LRT

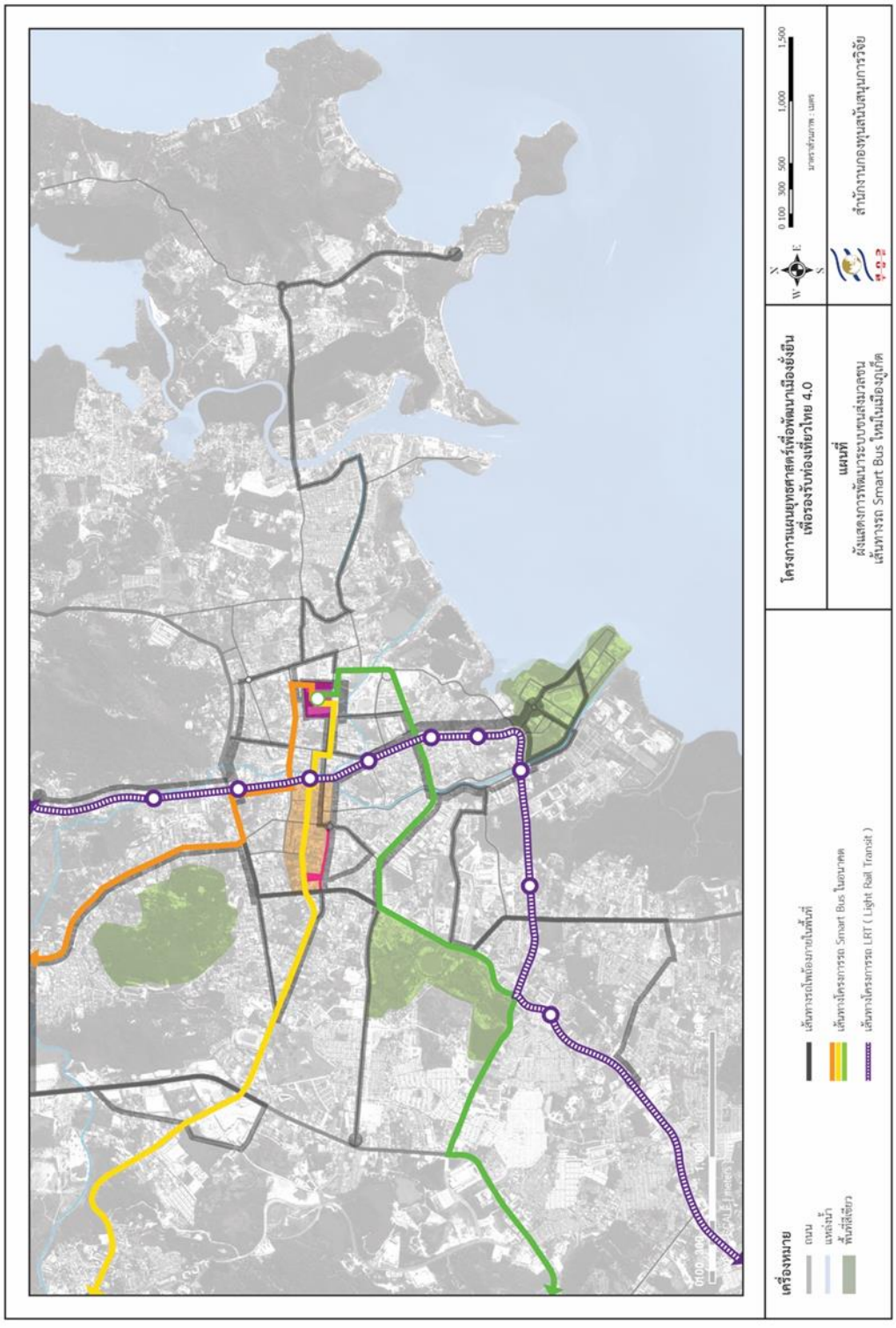
สายสีส้ม บขส.เก่า - อนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษตรี

สายสีเหลือง บขส.เก่า - หาดป่าตอง

สายสีเขียว บขส.เก่า - ห้าแยกฉลอง



แผนภาพที่ 5-47 ผังการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เส้นรถไฟฟ้าในเมืองใหม่ในเมืองภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-48 ผังการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เส้นรถ Smart Bus ในเมืองภูเก็ต

การพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง

การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง

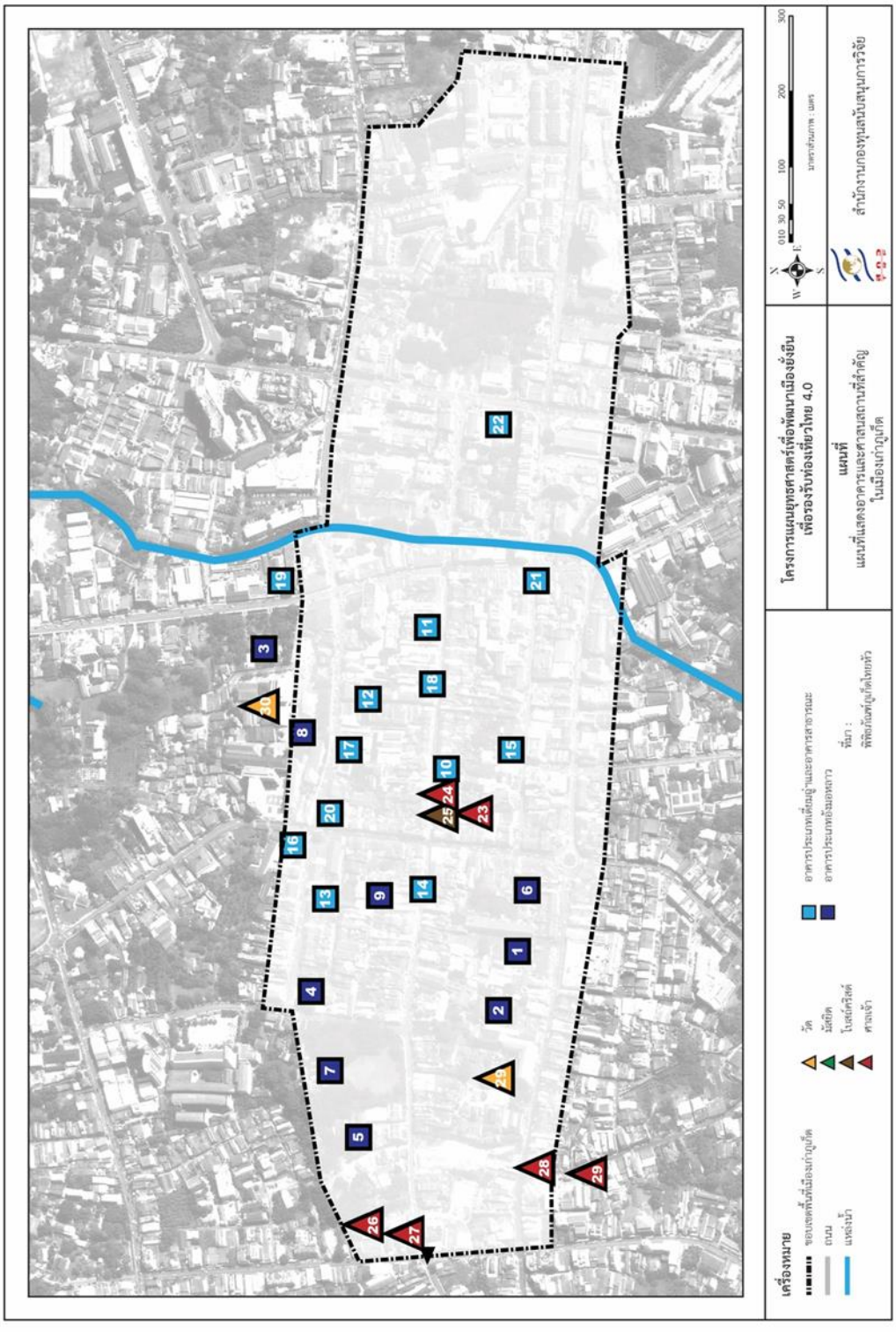
ตำแหน่งอาคารสำคัญ และศาสนสถาน

ตำแหน่งอาคารสำคัญภายในเมืองเก่าภูเก็ต จำแนกออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ อาคารอังมอหลาว และอาคารเตี่ยมฉู่ โดยอาคารอังมอหลาวเป็นเป็นภาษาจีนฮกเกี้ยน “อังมอ” แปลว่า ฝรั่ง หรือชาวต่างชาติ ส่วนคำว่า “หลาว” แปลว่า ตึกคอนกรีต อังมอหลาว ก็คือคฤหาสน์แบบฝรั่งที่นายหัวเหมืองแร่ของภูเก็ตสร้างเป็นที่อยู่อาศัยในอดีต โดยมักอยู่บริเวณฝั่งตะวันตกของถนนเยาวราชจรดถนนปฏิพันธิ์

อาคารเตี่ยมฉู่ ด้านหน้าเป็นที่โล่งยาว 5 กากี (1.50 เมตร) เรียกว่า หง่อก่ากี่ (อาเขด) โดยเป็นสินน้ำใจที่เว้นไว้ให้สาธารณชนใช้ในเมืองฝนแปดแดดสี่ มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส ที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกันหลากหลาย โดยส่วนมากอยู่ติดถนนถลาง ถนนกระบี่ และถนนดีบุก โดยอาคารที่เปิดให้ท่องเที่ยวส่วนมากอยู่ทางทิศตะวันออกของถนนเยาวราช นอกจากนั้นในพื้นที่เมืองเก่าของภูเก็ตยังมีศาลเจ้าจีน โบสถ์คริสต์ และวัดแทรกตัวอยู่ในเมืองเก่า แสดงถึงสังคมพหุวัฒนธรรมในเมืองเก่าได้เป็นอย่างดี

อาคารสำคัญและศาสนสถานในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตมีดังต่อไปนี้

1. บ้านพระพิไสย
2. บ้านพระอร่าม
3. บ้านหงษ์หยก
4. บ้านหลวงอำนาจ
5. บ้านชินประชา
6. บ้านคุณสงวน ลิมปานนท์
7. บ้านพระพิทักษ์
8. กุฏิพระสังฆาธิการ วัดมงคลนิมิต
9. พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว ถนนกระบี่
10. ไชน่าอินน์
11. ตึกแถวบนถนนถลาง
12. ตึกแถวในซอยรมณีย์
13. ตึกแถวบนถนนดีบุก
14. ตึกแถวบนถนนกระบี่
15. โรงแรมออนออน
16. อาคารเอกวานิช
17. สโมสรไทยหัว
18. บริษัท ตันติโกวิท จำกัด
19. บริษัท อนุภาษและบุตร จำกัด
20. ร้านพีเรร่า
21. พิพิธภัณฑ์เพอรานากัน
22. พิพิธภัณฑ์ตราไปรษณียากรภูเก็ต
23. ศาลเจ้าแสงธรรม (เต่งก้องต๋อง)
24. ศาลเจ้าไหหลำ
25. คริสเตียนสถาน
26. ศาลเจ้าซัมส้านเที่ยนเฮวกิ๋ง
27. ศาลเจ้าจ้ออ๋อง
28. ศาลเจ้าปุดจ้อ
29. ศาลเจ้าจุ้ยตุ่ย



แผนที่ที่ 5-49 จุดติดตั้งป้ายสื่อความหมายในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต

ตำแหน่งสตรีทอาร์ท และร้านอาหาร

เมืองภูเก็ตได้มีการจัดทำสตรีทอาร์ทอยู่หลายครั้ง โดยทางคณะสำรวจหยิบยกสตรีทอาร์ทของโครงการF. A.T. Phuket (Food Art Old Town) ที่แต่งเติมผนังย่านเมืองเก่าด้วยกราฟฟิตี้สีสันสดใส ใน พ.ศ. 2558 ภูเก็ตเพิ่งได้รับการจัดอันดับว่าเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร หรือ Creative City of Gastronomy จากยูเนสโก กลุ่ม So Phuket เลยจับจุดแข็งเรื่องการกินที่ผูกพันกับวิถีคนภูเก็ต 12 หมวดมาเป็นโจทย์ให้ศิลปินเพ้นต์กำแพงเป็นอาหารตา ลวดลายมีชีวิตชีวาบอกใบ้อาหารจานเด็ด 88 รายการให้ผู้คนแกะรอยตาม โดยจำแนกได้ดังนี้

ประเภทเทศกาล

A เทศกาลพ้อต่อ - เจอเต่าแดง กินเต่าแดง

ณ ปากซอยรมณีย์ ถนนถลาง น้องมาร์ดี เด็ก 3 ตาของ Alex Face กลายร่างเป็นเต่าแดงตัวใหญ่ ที่แขนขาเขียนว่าแก้ว แหวน เงิน ทอง พร้อมหางลายสมหวัง ภาพนี้มาจากความเชื่อเรื่องเทศกาลพ้อต่อหรือ Hungry Ghost Festival ที่วิญญาณคนตายจะออกมาเที่ยวบนโลกมนุษย์

B เทศกาลกินเจ - กินเจสู้เสือ

หน้าโรงแรมสินทวี ถนนพังงา เป็นภาพหน้าเสือขนาดใหญ่ สีสันของพยัคฆ์สุดเท่นี้มาจากเทศกาลกินเจอันโด่งดังของภูเก็ต ในภาพซ่อนตะเกียง ประทัด กล่องไม้ขีด และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการถือศีลกินผัก โดยร้านอาหารมังสวิรัติ อยู่บริเวณถนนระนอง

C เทศกาลตรุษจีน - เฮงรับตรุษจีน กินขนมฮวดโก้ย

สัตว์สีขาวดำตัวยาวของโลเลบนผนังตึกร้านสินดี ปากซอยโรงแรมเพ้งหมินเก่า ถนนพังงา คือสิงโตเหนียน สัตว์ประหลาดดุร้ายในตำนานของจีนที่กลัวเสียงดัง แสงสว่าง และของสีแดง เทศกาลตรุษจีนจึงต้องติดโคม จุดประทัด ใช้ของสีแดงต่าง ๆ เพื่อเฉลิมฉลองการปราบปิศาจและต้อนรับปีใหม่ รวมถึงกินของอร่อยประจำตรุษจีน เช่น ขนมฮวดโก้ยหรือขนมถ้วยฟูที่มีความหมายดี เป็นสิริมงคล

D แสดงหุ่นกาเหล้หลังตรุษจีน - ไหว้เทวดา ตามหาเตเหลี่ยว

ภาพหุ่น 3 ตัวนี้อยู่ตรงทางเข้าศาลเจ้าแสงธรรม ถนนพังงา เล่าเรื่องหุ่นกาเหล้ที่นิยมเล่นหลังตรุษจีน 9 วัน เพื่อไหว้บูชาเทวดา เป็นมหรสพหุ่นที่มีตัวแสดง 3 ตัว คือ เซ่งกั่งเอี๋ย ผู้รับราชโองการจากสวรรค์ ใบหน้าสีแดง หุ่นจอหงวน หน้าตาหล่อเหลา และฮูหยินส้อหยกหลาน ผู้เป็นตัวแทนร้องเพลงบูชา โดยสิ่งที่สำคัญของงานนี้คืออาหารเซ่นไหว้เทวดาอย่างเตเหลี่ยว หรือที่คนไทยเรียกว่าขนมจันอับ

ประเภทวัฒนธรรมและประเพณี

E การคลอดลูก - ฉลองการเกิดด้วยอิ่วปิ่ง

ภาพน้องมาร์ดีถือเสี่ยหนาหรือปิ่นโตจีน ตามประเพณีการคลอดลูกของชาวจีนภูเก็ต เมื่อเด็กอายุครบ 1 เดือน พ่อแม่จะทำอิ่วปิ่ง หรือข้าวเหนียวผัดแบบฮกเกี้ยน ใส่กุ้งแห้งฝอย โรยหมูแดง หอมเจียว ห่อใบไผ่ ตบท้ายด้วยไข่ย้อมสีแดง ไปแจกจ่ายให้ญาติพี่น้องเพื่อส่งข่าวการเกิด

F ขนมเด็กวัยเรียน - ชมนก กินนก

ศิลปินซ่อนสีสันและรูปทรงของขนมเด็ก 12 อย่างไว้ในภาพนกตัวใหญ่ที่ถนนถลาง ขนมที่กินหลังเลิกเรียนและขนมโบราณต่าง ๆ ของภูเก็ตเป็นส่วนหนึ่งของความทรงจำวัยเด็ก เช่น ก้องทิ้ง (ขนมตุ๊บตั๊บ) ซิต่าวซ้อ (ขนมหน้าแตก) ขนมปลา ของอร่อยเหล่านี้ส่วนใหญ่หาซื้อได้ที่ร้านอาตั๊กแก ถนนดีบุก หรือร้านเค่งติ๊น ย่านบางเหนียว

G วิวาห์บาบ๋า - มองบ้านบ้าบ๋า คว้ากะละแมเข้าปาก

ลวดลายแบบชิโน-โปรตุกีสที่ต่อกันเป็นทรงบ้าน บนผนังทางเข้าลานจอดรถโรงแรมสินทวี ถนนพังงา สื่อถึงความสุขและงานวิวาห์แบบบ้าบ๋าที่ใช้ขนมหวาน 12 อย่างในงาน เช่น ขนมเทียน ขนมชั้น ขนมบูหลู และกะละแม หรือกันแมเหนียว สื่อถึงความรักของหนุ่มสาวที่หวานชื่น แน่นเหนียว ยืนนาน

H กิจกรรมเดินเต่า - ดูนกปิกนิกเล่นน้ำ ตามไปโซ้ยก๋วยเตี๋ยวกุ้ย

ภาพนกตาโตที่จับเชือกตามเต่าลงทะเล บอกเล่ากิจกรรมเดินเต่าของชาวภูเก็ตบนฝาผนังร้านจี๊ดราดหน้ายอดผัก ซอยโรงแรมเพ้งหมินเก่า ถนนพังงา โดยสมัยก่อนชาวบ้านจะออกไปปิกนิกเล่นน้ำที่ชายหาด เฝ้าดูเต่าวางไข่เวลากลางคืน และบางครั้งก็เก็บไข่เต่ามากินหรือมาขาย

ประเภทวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต

I อาหารเช้าภูเก็ต - เดินตลาดเช้า เข้าร้านเสี่ยวโบ๋ย

ตลาดดาวทาวน์มีภาพเด็กเข็นรถเข็น ทุกคนจะชี้ไปที่กำแพงรูปน้องมาร์ดีสวมชุดย่าหยาสีชมพู สะท้อนวิถีตลาดเช้าหรือบ่านซ้านของเมืองตื่นเช้า โดยเกี่ยวข้องกับวิถีการกินข้าวอาหารเช้าที่เป็นเสี่ยวโบ๋ยหรือติ่มซำมาเกือบร้อยปี

J กาแฟยามบ่าย - กินเปาะเปี๊ยะยามบ่าย ทักทายฝูงสัตว์

มื้อสำคัญมากของชาวภูเก็ตคือมื้อบ่าย เพราะเป็นเวลาชุมนุมสภากาแฟหรือสภาโกปี๊ เหนือเครื่องดื่มและจานอาหารคาวหวานสารพัดคือ บทสนทนากระชับความสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นโอ้เอ๋ว อาวโป้ ตูโบ้ หรือฉิ้งฉ้างทอด

K รถเข็น แผงลอย - เห็นลุงผัดโอต๊าว เลยตามไปกินเจ้าอร่อย

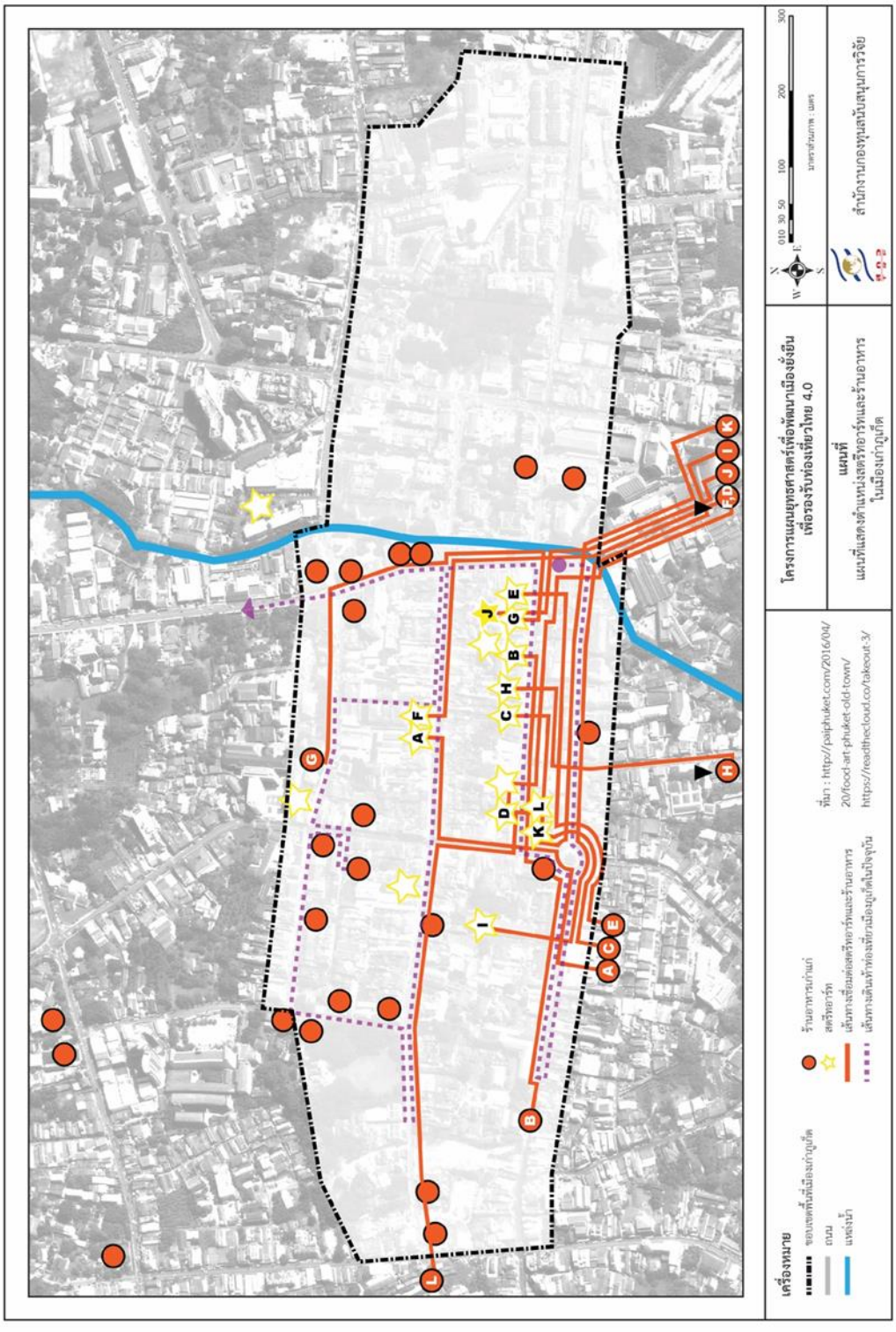
รูปภาพคุณป้าในครัวที่ถนนพังงา ภาพคุณลุงผัดโอต๊าวสะท้อนวัฒนธรรมอาหารรถเข็นแผงลอยที่รสเด็ดเทียบชั้นจานเหลา โอต๊าวคือ หอยนางรมทอดใส่เผือกที่ใช้แป้งเหนียวนุ่ม

L ครัวในบ้าน - เปิดครัวบ้านป้า กินปลาทอดเครื่อง

บนผนังตึกร้านชินเซ่งหลอง หัวถนนพังงา มีคุณป้าหน้าตาใจดีนั่งอยู่ที่โต๊ะกับข้าว สังเกตได้ว่าคุณป้าแต่งตัวแบบย่าหยา สวมเสื้อลูกไม้ติดกระดุมผ่าหน้า นุ่งผ้าปาเต๊ะ และท่าทางจะทำกับข้าวอร่อย ครัวในบ้านของภูเก็ตมีจานเด็ดมากมาย อาทิ ปลาทอดเครื่องจากร้านข้าวแกงโกฮวดที่ถนนวิชิตสงคราม



แผนภาพที่ 5-50 สตรีทอาร์ทและความสัมพันธ์กับร้านอาหารของเมืองภูเก็ต
ที่มา : http://paiphuket.com/2016/04/20/food-art-phuket-old-town/,
https://readthecloud.co/takeout-3/

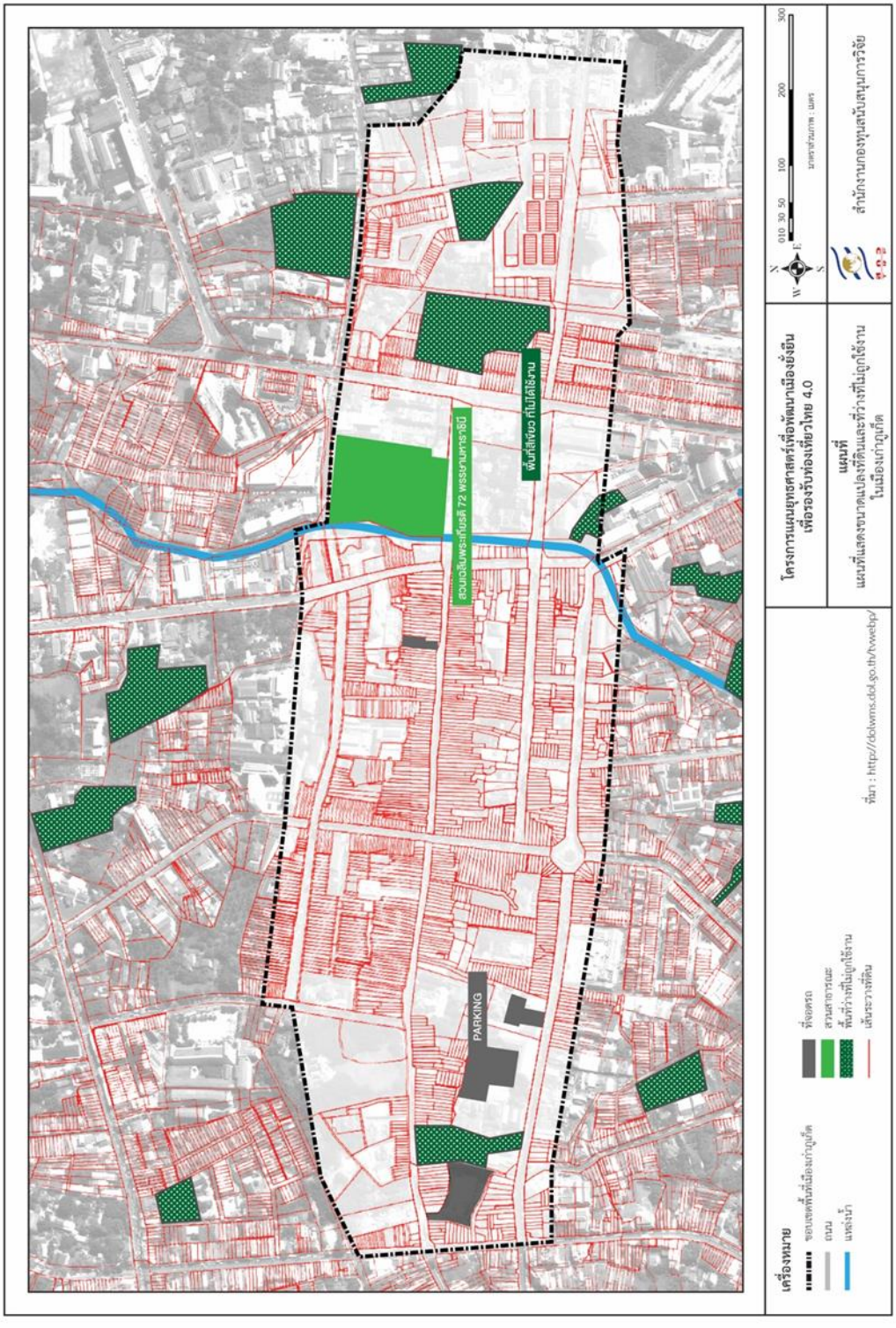


แผนภาพที่ 5-11 ตำแหน่งตรีทอาร์ทและร้านอาหารในเมืองถนนภูเก็ต

ขนาดแปลงที่ดิน และที่ว่างที่ไม่ถูกใช้งาน

แปลงที่ดินในเมืองเก่าภูเก็ตทางฝั่งตะวันตกของถนนเยาวราชมีขนาดเล็กสลับกับแปลงที่ดินขนาดใหญ่ที่เป็นอาคารอังมอหลาว ซึ่งถูกใช้พื้นที่เป็นที่จอดรถ ที่ว่างหรือปรับเปลี่ยนเป็นตลาดในบางช่วงเวลา ในขณะที่แปลงที่ดินขนาดเล็กและยาวทางด้านตะวันออกของถนนเยาวราช ที่เป็นอาคารเตี่ยมฉู่ ซึ่งอาคารต่อยาวเป็นแผงทำให้ไม่สามารถเดินเชื่อมต่อจากถนนถลางมายังถนนพังงาได้

นอกจากนั้นแปลงที่ดินโดยรอบเมืองเก่าภูเก็ต ยังมีพื้นที่โล่งว่างที่ไม่ถูกพัฒนาอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งแปลงที่ดินส่วนมากอยู่ในระยะการเดินเท้า ภายใน 400 เมตรจากเมืองเก่าภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-52 ขนาดแปลงที่ดินและที่ว่างที่ไม่ถูกใช้งาน ในเมืองเก่าภูเก็ต

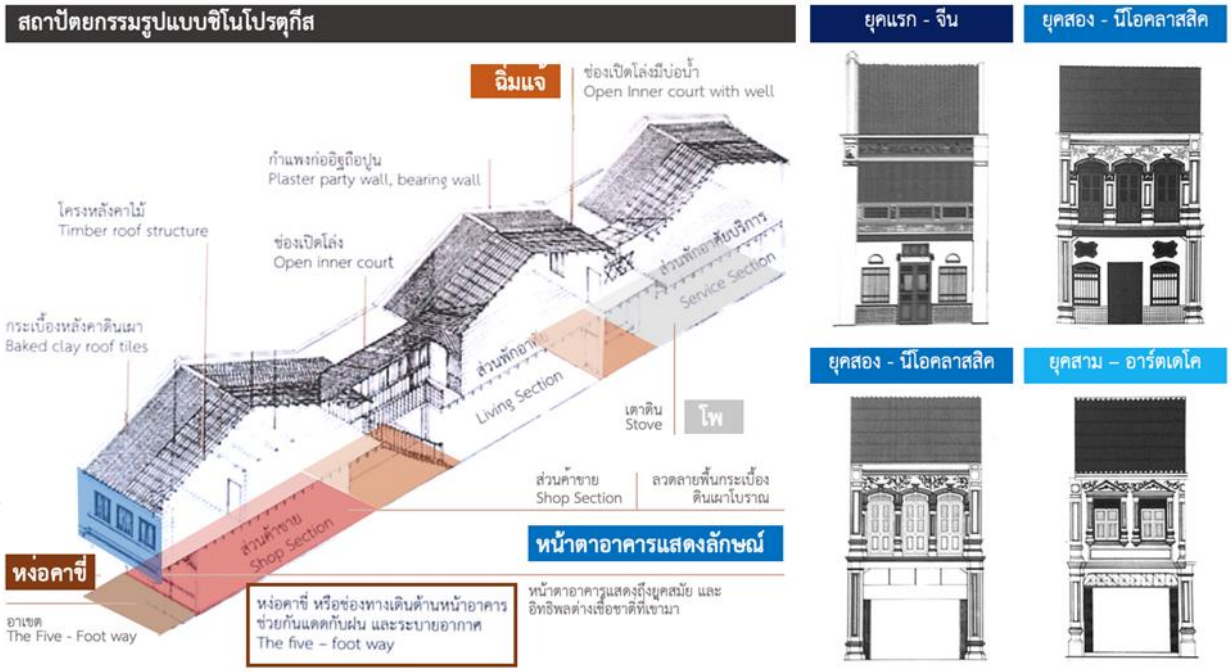
รูปแบบอาคารเตี่ยมฉู่

ลักษณะสถาปัตยกรรมในเมืองเก่าภูเก็ต แบ่งเป็น 3 ยุค ได้แก่ ยุคแรก อาคารในยุคนี้มักเป็นอาคารแบบตึกแถว หรือ เตี่ยมฉู่ ลักษณะเด่น คือ มีช่องทางเดินต่อเนื่องกันโดยตลอด เพื่อป้องกันแดดฝน ตัวอาคารการก่อสร้างเป็นปูนและดินสอพองโครงหลังคาคลุม หรือที่เรียกว่า หง่อก่ากี่ (อาเขต) มีลักษณะเป็นศิลปะจีน อินเดีย และลวดลายที่คล้ายลวดลายของไทย ปัจจุบันอาคารแบบนี้เหลืออยู่น้อย

ยุคที่สอง เป็นการสถาปัตยกรรมที่ได้นิยมในยุโรปช่วงนั้น คือ นีโอคลาสสิกและเรเนอร์ซองส์ มาสร้างสรรค์ผสมผสานการออกแบบอาคารราชการ มีลักษณะก่ออิฐถือปูน ทาพนังให้หนาเพื่อรับน้ำหนัก มีการตกแต่งแบบคลาสสิก สังเกตุได้จากหน้าต่างจะยาวถึงพื้น มีบานเกล็ดไม้ปรับได้ แบ่งเป็นสามช่วงช่องแสงเหนือหน้าต่างโค้ง ส่วนผนังตกแต่งเป็นรูปสัตว์หรือดอกไม้ แสดงให้เห็นถึงความเป็นสิริมงคล

ยุคที่สาม เป็นช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พร้อมกับการเข้ามาของสถาปัตยกรรมแบบสมัยใหม่ หรือ แบบโมเดิร์น เป็นการก่อสร้างแบบคอนกรีตเสริมเหล็ก จะเห็นได้ว่าอาคารยุคนี้จะเปลี่ยนรูปแบบหน้าต่างให้เป็นทรงเรขาคณิต ทั้งวงกลม สี่เหลี่ยม มีการใช้กระจกสีประดับตกแต่งในช่วงแรกโดยการผสมผสานระหว่างรูปแบบอาร์ต เดโค กับ นิโอคลาสสิก เป็นการใช้ลวดลายหน้าต่างแบบกรีกหรือโรมันคลาสสิก แต่ในช่วงหลังมีการทำระเบียงให้ยื่นออกจากชั้นบน เสริมการตกแต่งด้วยรูปทรงเรขาคณิตเป็นหลัก

อาคารเตี่ยมฉู่มีหน้าอาคารค่อนข้างแคบ แต่มีลักษณะลึกยาว โดยแบ่งพื้นที่ใช้สอยไปตามความลึกได้หลายส่วน โดยด้านหน้าทำเป็นร้านค้าหรือสำนักงาน ถัดไปเป็นห้องพักผ่อน ห้องอาหาร ห้องครัว ฯลฯ กลางตึกมี “ฉิ่มแจ้” หรือ “ซิมแจ้” ซึ่งก็คือบ่อน้ำกลางบ้าน เจาะช่องเพดานเพื่อให้แสงส่องเข้ามาในบ้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อสร้างภาวะเย็นสบายและอากาศปลอดโปร่งแก่บ้าน



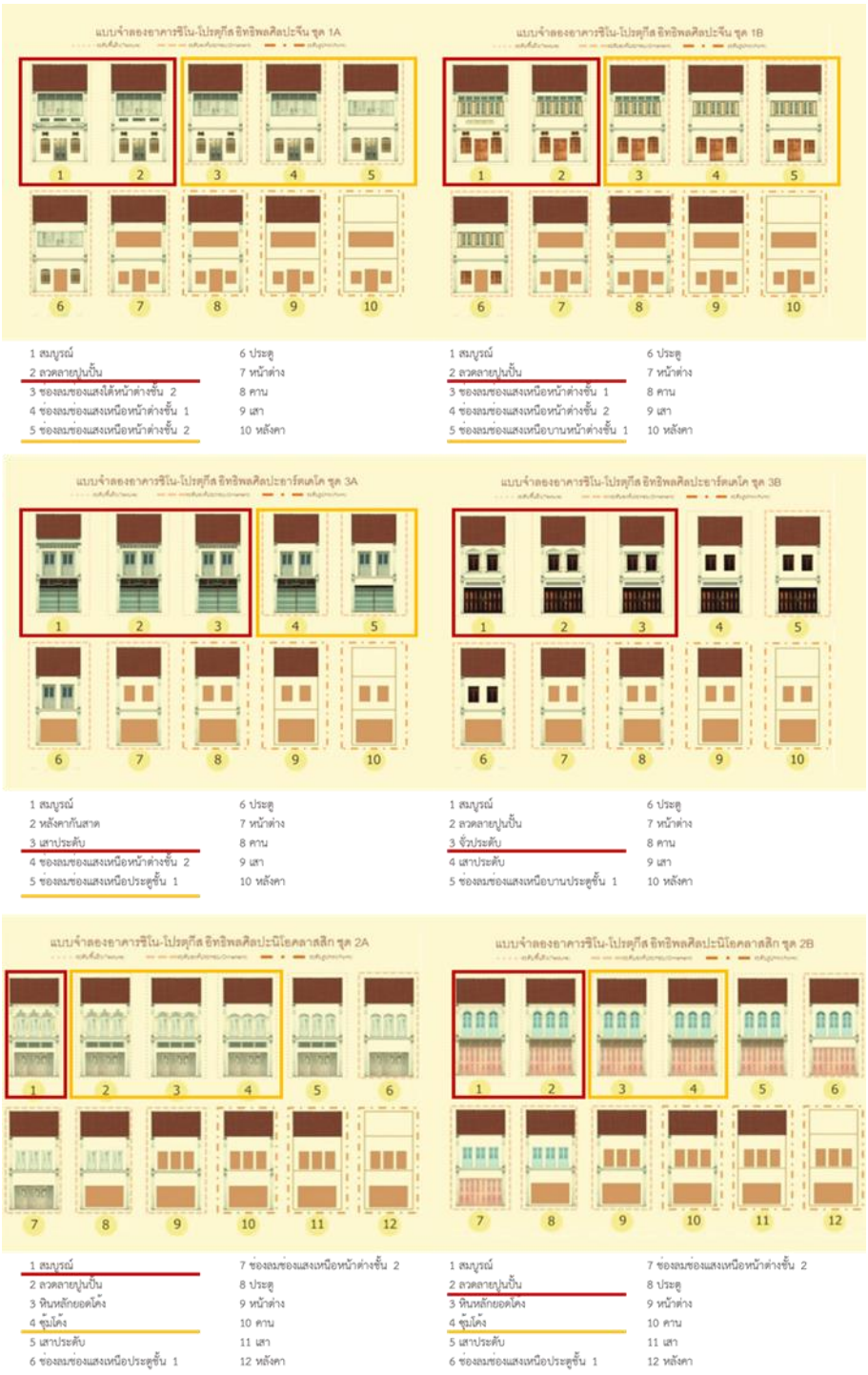
แผนภาพที่ 5-53 หน้าตาอาคารเตี่ยมฉูในแต่ละยุคสมัยและโครงสร้างอาคาร

ที่มา : เทศบาลนครภูเก็ต / Idol-Idea Phuket

https://www.facebook.com/1108887155819493/posts/2012555502119316

กรณีศึกษาการอนุรักษ์ฟื้นฟูเมืองเก่า

ในการศึกษาการอนุรักษ์ฟื้นฟูเมืองเก่า คณะผู้ศึกษาได้ศึกษากรณีของเมือง George Town ประเทศมาเลเซีย ย่านเก่ากรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม และสิงคโปร์



แผนภาพที่ 5-54 การเปรียบเทียบการรับรู้องค์ประกอบอาคารเตี่ยมฉู่ในแต่ละยุคสมัย

ที่มา : การเปรียบเทียบการรับรู้รูปด้านหน้าอาคารต่างยุคของอาคารชิโน-โปรตุกีสบนถนนถลาง จังหวัดภูเก็ต, วารสารวิชาการ ออกแบบสภาพแวดล้อม, อาภาภรณ์ วงศ์ลักษณพันธ์, สถาปัตยกรรมศาสตร์ ม. เชียงใหม่ 2557

แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่งเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตสามารถแบ่งพื้นที่เป็น 3 ส่วนตามคุณค่าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยนำแนวคิดการพัฒนาของชาวภูเก็ตจากยูเนสโก “กินดี อยู่ดี มีจิตงาม...ที่ภูเก็ต” เป็นหลักในการออกแบบ เนื่องจากพื้นที่มีศักยภาพที่สะท้อนถึงภาพรวมของชาวภูเก็ตได้เป็นอย่างดี โดยแบ่งพื้นที่ได้ดังนี้

พื้นที่ GOOD FOOD ทางทิศตะวันตกของถนนเยาวราช

เป็นพื้นที่ที่มีอาคารอังมอหลาว และร้านอาหารกระจุกตัวเป็นจำนวนมาก จึงมีการพัฒนาโดยนำพื้นที่ลานหน้าอาคารอังมอหลาว เป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว สามารถรับชมสถาปัตยกรรมได้อย่างสวยงาม และเป็นพื้นที่กระจายตัวสู่ร้านอาหารท้องถิ่น ผ่านการลัดเลาะตรอก ซอยในย่าน

พื้นที่ GOOD SPIRIT ทางทิศตะวันออกของถนนเยาวราชจรดเทพกระษัตรี

เป็นพื้นที่ที่มีอาคารเตี่ยมฉู่ และศาสนสถาน 3 ศาสนาอยู่ภายในพื้นที่ กิจกรรมที่อยู่ภายในพื้นที่เป็นกิจกรรมการค้าขายดั้งเดิม ปะปนกับร้านอาหารสมัยใหม่เช่น คาเฟ่ เป็นต้น แต่ด้วยรูปแบบอาคารทำให้ไม่สามารถเดินเชื่อมต่อจากถนนถลางมายังถนนพังงาได้ จึงเสนอแนะการพัฒนารูปแบบอาคารเตี่ยมฉู่ โดยแยกกิจกรรมของเจ้าของที่ดินออกเป็น 2 ส่วน หน้าฉิ่มแจ้และหลังฉิ่มแจ้ เพื่อสร้างกิจกรรมผสมผสานให้พื้นที่ด้านหน้าเป็นพื้นที่กึ่งสาธารณะเข้ามาถึงลานกลางบ้าน และสามารถลัดเลาะผ่านช่อง 2 หรืออาคารด้านข้างเพื่อใช้ในการเชื่อมทะลุไปยังถนนพังงาได้ สร้างการเชื่อมต่อในแนวเหนือใต้ ผ่านลานกลางบ้าน โดยเสนอแนะให้สร้างกิจกรรมเชิงศิลปะ และธุรกิจที่พักรูปแบบเกสต์เฮ้าส์ หรือโฮสเตล เพื่อไม่ส่งผลกระทบกับกิจกรรมดั้งเดิมในพื้นที่ อยู่ใกล้สถานี LRT และสามารถเชื่อมต่อสู่พื้นที่ท่องเที่ยว และศาสนสถานโดยรอบได้สะดวก

นอกจากนั้นเสนอแนะให้พัฒนาศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ให้ข้อมูลเบื้องต้น หรือเป็นจุดนัดพบ โดยมีขนาดเล็กรองรับกิจกรรมกายภาพที่จำเป็น

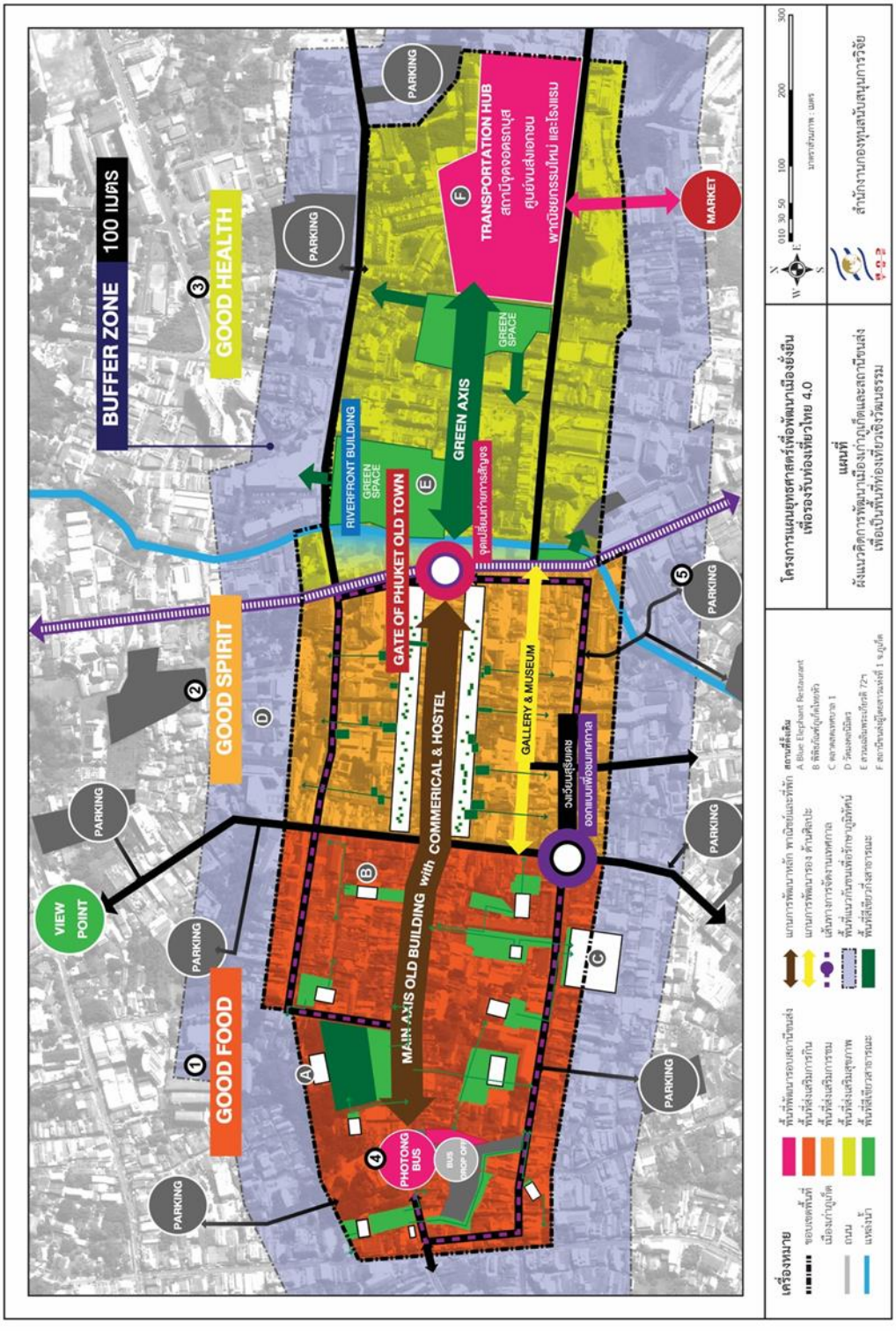
พื้นที่ GOOD HEALTH ทางทิศตะวันของถนนเทพกระษัตรี และโดยรอบ บขส.เก่า

พื้นที่ที่ติดริมคลองบางใหญ่ สวนเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา และมีพื้นที่ว่างที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอยู่ภายในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโดยรอบสวนสาธารณะและริมคลองบางใหญ่ เพื่อเป็นสวนสาธารณะแก่ชาวเมืองภูเก็ต เป็นพื้นที่นัดพบ พักผ่อน ทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว เชื่อมต่อตามแนวคลองบางใหญ่ไปยังบริเวณสะพานหินได้ และเชื่อมต่อตามแนวถนนมายัง บขส.เก่าได้เช่นกัน โดยพื้นที่โดยรอบ บขส.เก่าได้รับการพัฒนาให้มีกิจกรรมผสมผสาน พาณิชยกรรม สำนักงาน ที่อยู่อาศัย และธุรกิจที่พัก โดยรอบสถานี ซึ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการ

พักรูปแบบอาคารแตกต่างจากการภายในเมืองเก่าภูเก็ต สร้างกิจกรรมโดยรอบสถานีให้มีหลากหลายระยะเวลามากขึ้น

นอกจากนั้นการพัฒนาพื้นที่โดยรอบเมืองเก่าภูเก็ต ยังมีการเสนอแนะให้สร้างที่อยู่อาศัยขนาดกลางเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความหนาแน่นภายในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต และสร้างที่จอดรถ เพื่อเป็นพื้นที่ยืดหยุ่นในการจอดรถ รองรับนักท่องเที่ยวได้ และสามารถเดินทางมายังเมืองเก่าภูเก็ตได้สะดวกภายในระยะ 300 เมตร เพื่อแก้ไขปัญหาการจอดรถภายในเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งทำให้การเดินเท้าท่องเที่ยวไม่สะดวก และไม่สามารถรับชมทัศนียภาพของอาคารได้เต็มที่

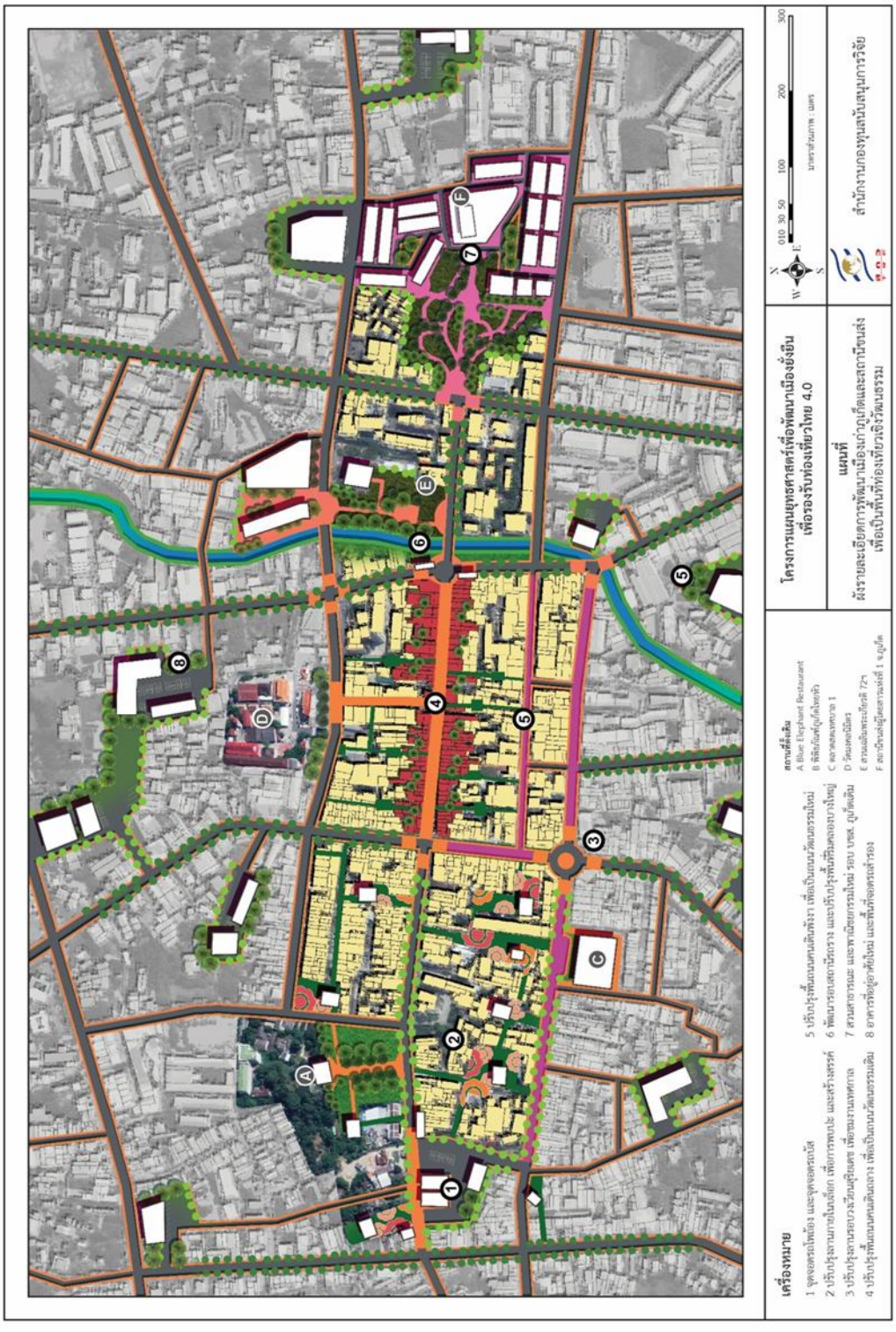
แผนนี้ยังเสนอแนะในการจัดการพื้นที่จอดรถโพถ้อง และรถบัส เพื่อลดปริมาณรถยนต์ที่เข้าสู่พื้นที่ภายในเมืองเก่าภูเก็ต และทำให้การเดินเท้าท่องเที่ยวมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และการปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบวงเวียนสุริยเดช เพื่อสร้างทัศนียภาพที่สวยงามและเป็นภาพจำแก่นักท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 5-55 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองก่าภูเก็ตและสถานีขนส่งเพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รายละเอียดพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง – พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผังรายละเอียดแสดงถึงการเชื่อมต่อจากจุดจอดรถโพถ้อง และรถบัส ผ่านย่านการกินอาหาร และท่องเที่ยวอาคารอังมอหลาวที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ เชื่อมต่อสู่แนวระบบขนส่ง LRT ซึ่งมีการพัฒนาโดยรอบสถานีรองรับ เพื่อสะท้อนถึงการเป็นประตูของตลาดภูเก็ตในอดีต และกิจกรรมธุรกิจที่พัก กิจกรรมศิลปะแกลอรี่ และกิจกรรมดั้งเดิมในพื้นที่ โดยกระจายตัวจากสถานี LRT สู่ ศูนย์รวมขนส่งสาธารณะของจังหวัดภูเก็ต ที่ได้รับการพัฒนากิจกรรมผสมผสานโดยรอบ และสวนสาธารณะ อีกทั้งมีการพัฒนาพื้นที่สีเขียวริมคลองบางใหญ่สู่สะพานหินได้



แผนที่ 5-56 ผังรายละเอียดการพัฒนาเมืองอานามพัฒนาเมืองกำปูเต๊ะและสถาปัตยกรรมในพื้นที่ย่านเยาวราชภูเก็ตเป็นพื้นที่ย่านที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง

พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถนนถลาง และรถไฟรางเบาในพื้นที่เมืองเก่า

- ปรับปรุงหน้าตาอาคาร โดยถอดจากลวดลายจีนและลายพื้นกระเบื้องเพอรานากัน
- การพัฒนาบริเวณรอบสถานีรถรางและศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว
- การพัฒนาบริเวณริมคลองบางใหญ่ และสวนสาธารณะ สู่ย่านพาณิชยกรรมใหม่รอบ บขส. เก่า



แผนภาพที่ 5-57 ภาพทัศนียภาพถนนถลาง และรถไฟรางเบาในพื้นที่เมืองเก่า ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-58 ภาพทัศนียภาพถนนถลาง และรถไฟรางเบาในพื้นที่เมืองเก่า หลังการการพัฒนา

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง

พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช

- การเปิดทะลุอาคารเตี่ยมฉู่ หรือซอยทำให้เกิดการพัฒนาในถนนพังงา และบริเวณโดยรอบ
- การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสมแก่การเดินเท้าและจักรยานมากยิ่งขึ้น
- การปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบวงเวียนสุริยเดช เพื่อใช้ในการรับชมเทศกาล หรือท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 5-59 ภาพทัศนียภาพถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช ก่อนการพัฒนา

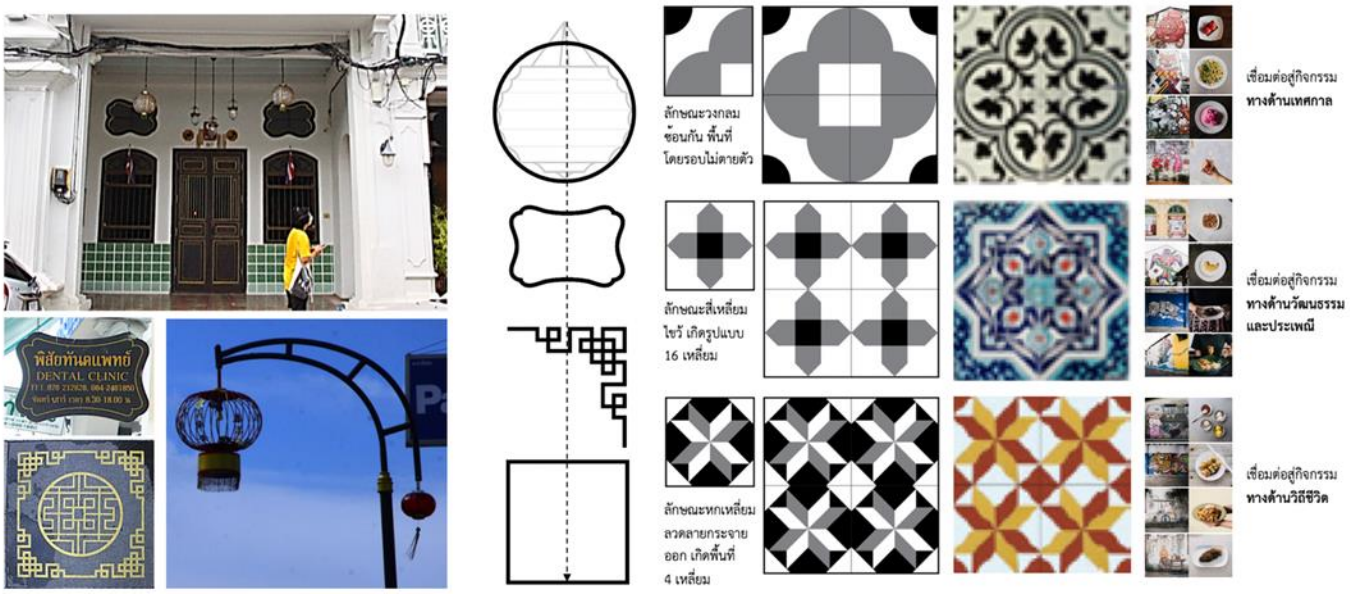


แผนภาพที่ 5-60 ภาพทัศนียภาพถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช หลังการพัฒนา

องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

เมืองเก่าภูเก็ต มีเอกลักษณ์ของอาคารรูปแบบเตี่ยมฉู่ จึงนำมาสู่การถอดอัตลักษณ์หน้าตาอาคาร โดยลดทอนรูปฟอร์มจากวงกลม สู่รูปทรงสี่เหลี่ยมเปรียบเทียบกับตำแหน่งจากระดับฟ้า (เหนือหัว) สู่ระดับดิน (พื้นกระเบื้อง) โดยอ้างอิงจากโคมไฟอยู่ในระดับเหนือหัว การมีช่องลมแบบชิโน-โปรตุกีส ลวดลายกระเบื้องแบบจีน (ผ่านการถอดอัตลักษณ์แบบจีน) และกระเบื้องดินเผาพิมพ์ลายแบบชิโน-โปรตุกีส

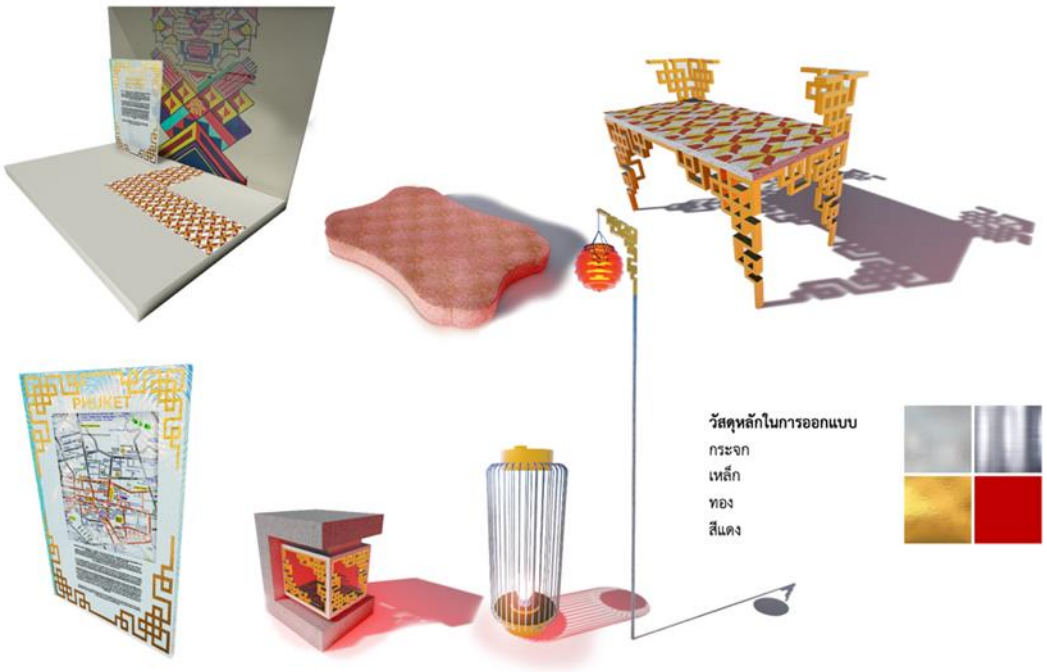
โดยลวดลายอัตลักษณ์จากกระเบื้องเพอรานากัน (Peranakan Tiles) หรือกระเบื้องดินเผาหรือซีเมนต์พิมพ์ลาย เป็นกระเบื้องอันมีเอกลักษณ์ และมีอิทธิพลต่อเนื่องกันในแถบมลายู (ภูเก็ต มาเลเซีย สิงคโปร์) กระเบื้องถูกใช้มาตั้งแต่ในอดีตในบ้านรูปแบบชิโน-โปรตุกีส แต่ยังไม่ได้รับการบูรณะ และนำมาฟื้นฟูอัตลักษณ์อย่างเหมาะสม โดยนำลวดลายกระเบื้องเชื่อมต่อจากสตรีทอาร์ทสู่ร้านอาหารที่สะท้อนถึงกิจกรรมนั้น ๆ โดยดึงลวดลายออกมาทั้งหมด 3 ลวดลาย เพื่อเชื่อมต่อกับกิจกรรมประเภทเทศกาล วัฒนธรรม และวิถีชีวิต



แผนภาพที่ 5-61 การถอดอัตลักษณ์จากองค์ประกอบของอาคารและลวดลายกระเบื้อง

การออกแบบองค์ประกอบภายในเมืองเก่าภูเก็ต นั้นออกแบบโดยคำนึงถึงกิจกรรมการนั่ง รับชม ให้ข้อมูลเบื้องต้น และไฟส่องสว่างเป็นหลัก เพื่อขับเน้นตัวอาคารในเมืองเก่าภูเก็ตให้เด่นชัดยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นทางเลือกในการท่องเที่ยวในเมืองเก่าภูเก็ต สามารถนั่งพักนอกสถานที่ที่ไม่ใช่ร้านอาหารได้ หรือสามารถชมศิลปะของเมืองไปพร้อมกัน โดยพัฒนาดังนี้

- **ป้ายแนะนำ Street Art และกระเบื้องนำทาง** วัสดุเป็นกระจก ไม่บดบังอาคารและผลงานศิลปะ
- **ป้ายบอกทางในเมือง** เพื่อชี้นำตำแหน่งกิจกรรมที่ซ่อนอยู่ภายในเมือง โดยวัสดุเป็นกระจก ไม่บดบังอาคาร
- **ฟูกนั่งระดับพื้น** องค์ประกอบเมือง เพื่อใช้ในพักผ่อน โดยนำมาจากรูปแบบของฟูกที่ใช้ในการสักการะศาลเจ้า และสะท้อนถึงความเคารพต่อคนดั้งเดิม
- **เก้าอี้นั่ง – กิน** ถอดอัตลักษณ์จากกระเบื้องลวดลายจีน โดยมีพนักพิงที่สามารถวางของได้ เพื่อสร้างกิจกรรมนอกอาคาร และรับชมอาคารเก่าได้
- **ไฟทางเตี้ย** ใช้งานภายในเมืองเก่า ไม่บดบังอาคาร และสามารถนั่งได้
- **ไฟทางคนเดิน** ใช้งานภายในลาน หรือพื้นที่สาธารณะขนาดเล็ก กระจายแสงไฟได้ดี
- **ไฟทางถนน** ใช้งานภายในเมืองภูเก็ต สร้างบรรยากาศแก่เมืองภูเก็ต



แผนภาพที่ 5-62 องค์ประกอบเมือง เพื่อศิลปวัฒนธรรมและอำนวยความสะดวก ในเมืองภูเก็ต

การพัฒนาพื้นที่บริเวณสะพานหิน

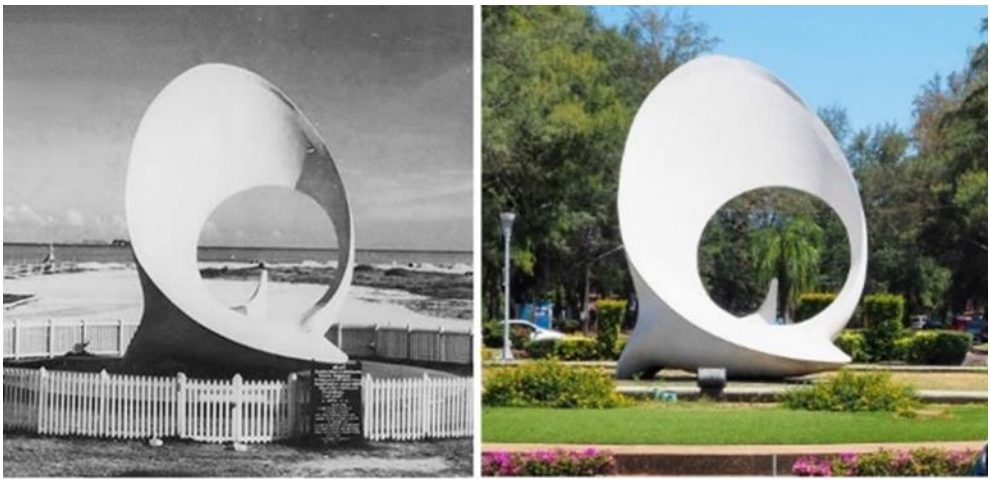
การวิเคราะห์ศักยภาพบริเวณสะพานหิน

การเปลี่ยนแปลงของสะพานหิน

เดิมที บริเวณสะพานหินเป็นท่าเรือสำคัญที่เรือขนส่งสินค้า และเรือโดยสารใช้เป็นจุดเทียบท่า ถือเป็นท่าเรือใหญ่ของการเดินทางในเขตทะเลอันดามัน เชื่อกันว่าท่าเรือสะพานหินยังเป็นท่าเทียบเรือที่ตัวแทนชาวภูเก็ตซึ่งเดินทางกลับจากประเทศจีนนำควันธูป (เหี่ยวเอี้ยน) มาเพื่อประกอบพิธีกินผัก จนกลายเป็นประเพณีสำคัญของชาวภูเก็ตในปัจจุบัน

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของสะพานหิน ยังเป็นบริเวณที่เรือขุดแร่ลำแรกของโลกทำการขุดแร่ดีบุกจากอ่าวทุ่งคาซึ่งเป็นทะเลบริเวณสะพานหินขึ้นเป็นครั้งแรกของโลกด้วย โดยผู้นำเรือขุดแร่ดังกล่าวเข้ามาขุดแร่ คือ กัปตันเอ็ดเวิร์ด โธมัส ไมลส์ ชาวออสเตรเลีย เมื่อ พ.ศ. 2452 ซึ่งภายหลังก็ส่งผลให้มีการสร้างเรือขุดแร่ขึ้นใช้งานอย่างแพร่หลายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

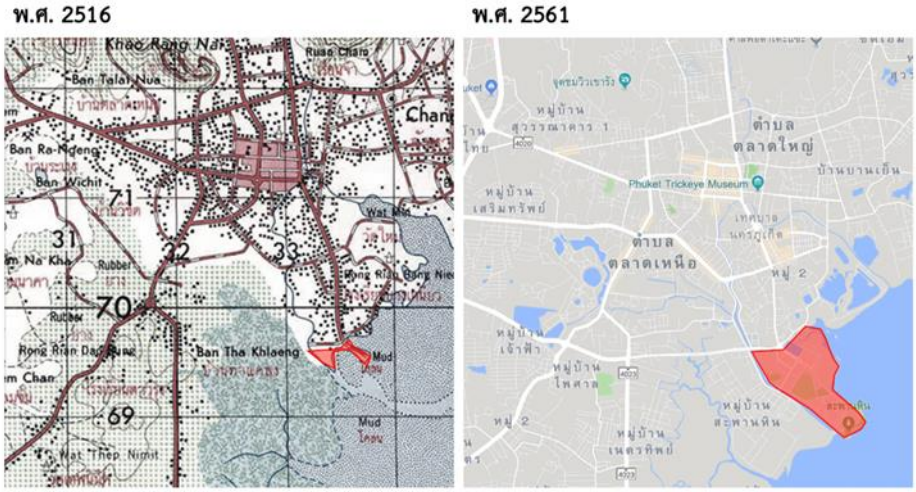
อนุสาวรีย์หลัก 60 ปีสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2512 เพื่อระลึกถึงกัปตันเอ็ดเวิร์ค โทมัส ไมล์ ชาวออสเตรเลีย โดยผู้ออกแบบนายชวลิต หัสพงษ์ มาดำเนินการออกแบบก่อสร้างอนุสาวรีย์ โดยได้รับ ที่ตั้งของอนุสาวรีย์ดังกล่าวอยู่บริเวณริมหาดปลายแหลมของสะพานหิน ณ ขณะนั้น อนุสาวรีย์ได้นำรูปกระเชอเรือขุดแร่ดีบุกซึ่งเป็นส่วนที่ตักดินปนแร่ และรูปเปลือกหอยมาประยุกต์เข้าด้วยกัน ก่อสร้างแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2512 เนื่องจากลักษณะของอนุสาวรีย์คล้ายเปลือกหอยชาวภูเก็ตจึงเรียกว่า "อนุสาวรีย์หอย”



แผนภาพที่ 5-63 เปรียบเทียบอนุสาวรีย์หอยในอดีตและปัจจุบัน

ที่มา : http://www.phuketcity.go.th/travel/detail/23 / , https://www.joinalifethailand.com/ไปเดินเล่นถ่ายภาพที่สะ/

ภายหลังมีการถมทะเลบริเวณสะพานหินเพิ่มพื้นที่สาธารณประโยชน์ โดยใช้วัสดุส่วนหนึ่งเป็นดินโคลนที่ลอกจากคลองก่อจ๊าน ซึ่งเป็นคลองที่ขุดลอกเพื่อใช้ประโยชน์เป็นที่จอดเรือประมงขนาดเล็ก ดำเนินการขุดโดยกัปตันเอ็ดเวิร์ด โธมัส ไมลส์วัสดุอีกส่วนเป็นขยะและซากจากการรื้อถอนสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่ส่วนที่เพิ่มขึ้นนี้ได้รับการปรับปรุงใช้เป็นสนามกีฬากลางและศูนย์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของเทศบาลนครภูเก็ตส่วนหนึ่ง ใช้เป็นสวนสาธารณะสำหรับประชาชนใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจอีกส่วนหนึ่ง



แผนภาพที่ 5-64 เปรียบเทียบขนาดของสะพานหิน ภายหลังการก่อเติม

ที่มา : กรมแผนที่ทหาร เลขระวาง 4624I ลำดับชุด L7017, พิมพ์ครั้งที่ 1 https://jakphuket.wordpress.com/tag

สิ่งปลูกสร้างอีกสิ่งหนึ่งที่อยู่บริเวณสะพานหิน คือ ศาลเจ้ากิ้วเที้ยนเก้ง ซึ่งใช้เป็นที่สักการบูชาพระนางกิ้วเที้ยนเลี่ยนลื้อ ผู้เป็นเทพเจ้าชั้นผู้ใหญ่ฝ่ายศาสนาเต๋า โดยเริ่มก่อสร้างตั้งแต่ พ.ศ. 2539 จนแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2540 มีลักษณะสถาปัตยกรรมจีน ทั้งนี้ในช่วงเทศกาลกินผัก ศาลเจ้าแห่งนี้ยังใช้เป็นที่ประกอบพิธีรับพระและส่งพระในตอนเริ่มและตอนท้ายของพิธีกินผัก

การออกแบบของพื้นที่บริเวณสะพานหินได้นำอัตลักษณ์จากสะพานหินมาออกแบบ ได้แก่ กระเชอเรือขุดแร่ดีบุก รูปทรงของเปลือกหอยฝาเดียว ซึ่งถูกแสดงอยู่ในรูปแบบของอนุสาวรีย์หอย และแสดงถึงความสัมพันธ์กับทะเล หมวกปีกกว้าง แบบชาวเลที่ได้รับการสานด้วยใบร่มข้าว และการสะท้อนของน้ำและคลื่นจากทะเล เพื่อสร้างความกลมกลืนกับพื้นที่ริมทะเล



แผนภาพที่ 5-65 อัตลักษณ์ของสะพานหิน

ที่มา : http://phuketmeedee.com/blog/?p=518, https://www.shells-of-aquarius.com/cut_fox_shell.html

กรณีศึกษาเมืองศูนย์การประชุม

ในการออกแบบเมืองศูนย์การประชุม คณะวิจัยได้ศึกษากรณีตัวอย่างในต่างประเทศ ได้แก่ West Kowloon Cultural District, Hongkong โครงการ Heydar Aliyev Cultural Center, Azerbaijan โครงการ Tianjin Binhai Public Library, China และ โครงการ Swansea Bay Visitor Center, UK

แนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหิน แนวคิดที่ 1

ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม

แนวทางการพัฒนาแนวคิดที่ 1 พัฒนาโดยอยู่ในพื้นฐานความเป็นไปได้มากที่สุด ลดปริมาณการก่อสร้างโดยเก็บอาคาร และโครงถนนเดิมไว้ และพัฒนาพื้นที่โล่งว่างให้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้น โดยบริเวณสะพานหินมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเป็นเมืองศูนย์การประชุมในระดับนานาชาติ แต่ยังคงตอบสนองกิจกรรมของนักท่องเที่ยวและคนเมืองเช่นกัน จึงแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่

พื้นที่ CITYLINK หรือกิจกรรมรองรับคนเมืองภูเก็ต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาย่านพาณิชยกรรมใหม่ สำนักงาน ที่อยู่อาศัย และโรงแรม อยู่ในตำแหน่งที่ใกล้สถานี LRT มากที่สุด ซึ่งจะเป็นจุดที่คนเมืองภูเก็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และใช้งานได้สะดวก โดยมีการพัฒนาในส่วนการเรียนรู้ เพื่อตอบสนองศูนย์วิชาการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และโรงเรียนใกล้เคียง พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ ห้องสมุด และพิพิธภัณฑ์ ให้นักเรียนนักศึกษา และคนเมืองภูเก็ตสามารถเข้ามาใช้งานได้ โดยมีตำแหน่งถัดออกมาจากพื้นที่พาณิชยกรรม

พื้นที่ GREEN SPACE-SPORT หรือกิจกรรมนันทนาการ เช่น สนามกีฬา อาคารกีฬาและนันทนาการนั้นยังคงตำแหน่งไว้ที่เดิม ทอดยาวจากพื้นที่ตรงกลาง สู่พื้นที่ปลายแหลมสะพานหิน

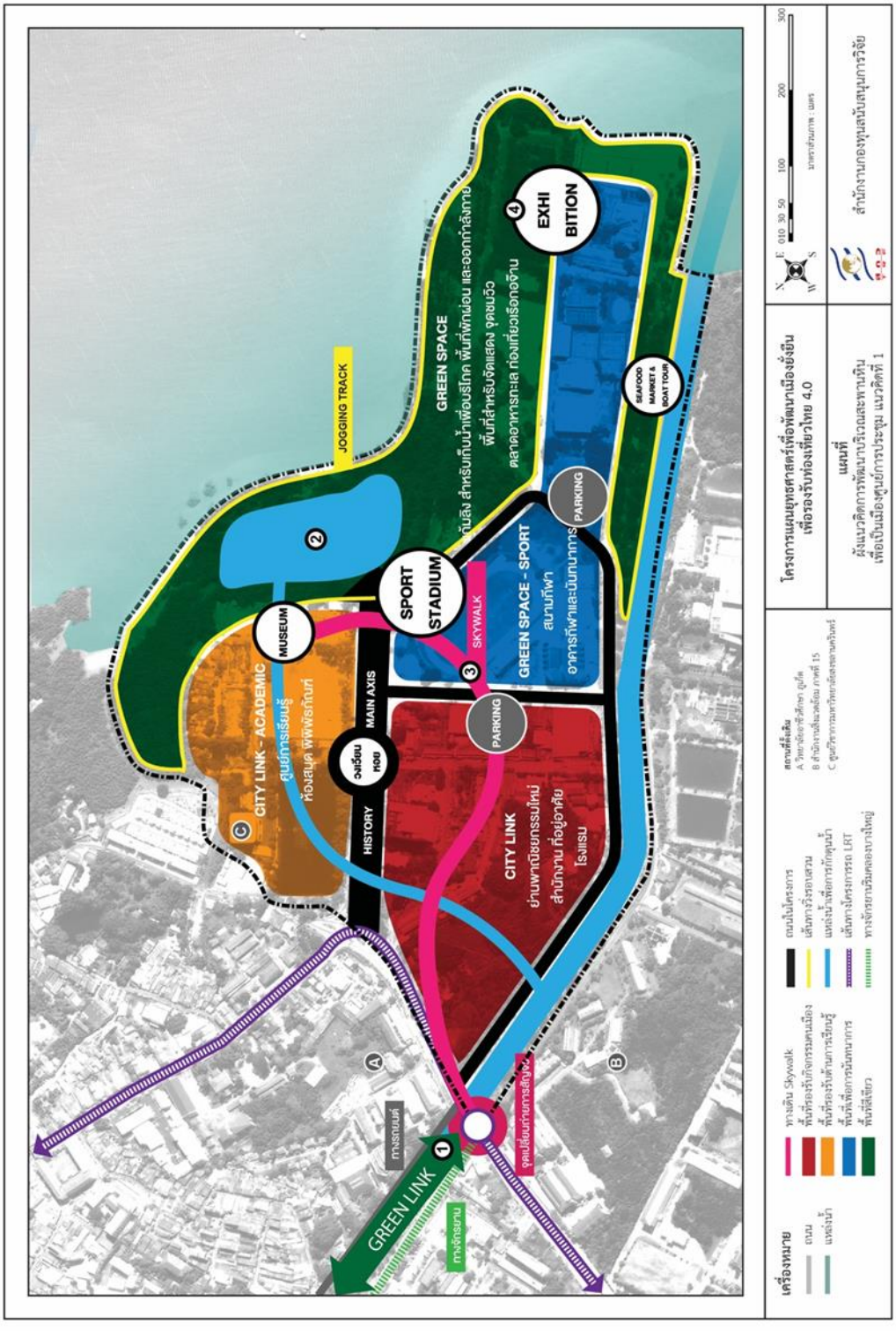
พื้นที่ GREEN SPACE หรือพื้นที่สีเขียว สวนสาธารณะเพื่อการชมวิวทะเล และการออกกำลังกาย รองรับทั้งนักท่องเที่ยว และคนเมืองภูเก็ต

โดยมีกิจกรรมตลาดอาหารทะเล และการท่องเที่ยวเรือกอจ๊านเป็นกิจกรรมเสริมในพื้นที่สะพานหิน เพื่อรักษาไว้ซึ่งวิถีดั้งเดิมของชาวเลในละแวกสะพานหิน เพื่อทำให้คนดั้งเดิมยังคงประกอบอาชีพเดิม และสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อีกด้วย โดยพื้นที่สีเขียวอยู่บริเวณริมทะเล และทอดไปตามแนวคลองบางใหญ่ โอบล้อมพื้นที่กิจกรรมของสะพานหินเอาไว้ด้วยกัน

การพัฒนาศูนย์การประชุมระดับนานาชาตินั้น อยู่ในตำแหน่งบริเวณปลายสุดของสะพานหิน เพื่อดึงดูดผู้ใช้งานไปยังปลายสุดของพื้นที่ สร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นแก่พาณิชยกรรมภายในพื้นที่ อีกทั้งปลายสุดของสะพานหินมีทัศนียภาพเหมาะสม สามารถชมวิวทะเลได้

การพัฒนาการสัญจรภายในบริเวณสะพานหินนั้น สนับสนุนการเดินเท้าเป็นหลักจึงมีการจัดการพื้นที่ถนนบางส่วน ปรับเปลี่ยนเป็นทางคนเดิน โดยพัฒนา Skywalk เพื่อเชื่อมต่อกลุ่มอาคาร City Link เข้าด้วยกัน และมีการพัฒนาจุดจอดรถอย่างเหมาะสมกับพื้นที่เพื่อลดปริมาณการสัญจรด้วยรถยนต์ในพื้นที่

นอกจากนั้นมีการพัฒนาพื้นที่สีเขียว และทางจักรยานตามแนวคลองบางใหญ่จากเมืองเก่าภูเก็ต สู่บริเวณสะพานหิน เพื่อสร้างการเชื่อมต่อกับเมือง และเป็นทางเลือกในการเดินทางในเมืองภูเก็ต อีกทั้งมีการพัฒนาคลองแทรกเข้ามาภายในพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่รับน้ำ และใช้เพื่อเป็นแหล่งผลิตน้ำอุปโภคบริโภค



แผนภาพที่ 5-66 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 1

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณสะพานหิน - เมืองศูนย์การประชุม

การก่อสร้างอาคารในแนวคิดที่ 1 นั้นพัฒนาในพื้นที่โล่งว่างเดิมเป็นหลัก มีการปรับเปลี่ยนอาคารที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อกฎหมายที่เอื้อให้สามารถสร้างสูงได้ (พื้นที่บริเวณ 4.2) การวางตัวอาคารในพื้นที่บริเวณสะพานหินนั้น มีการพัฒนาอาคาร High Rise เพื่อเป็นแลนด์มาร์คใหม่ของเมืองภูเก็ต โดยเป็นอาคารพาณิชยกรรม สำนักงานและที่อยู่อาศัย อยู่ใกล้กับสถานี LRT มากที่สุด และพื้นที่ดังกล่าวสามารถสร้างอาคารได้สูงกว่าพื้นที่ริมทะเล ทำให้สามารถมองเห็นและรับรู้ถึงอาคารได้จากจุดชมวิวเขารัง ในขณะที่อาคารศูนย์การประชุมระดับนานาชาตินั้นมีการพัฒนาเป็นอาคารสาธารณะ และเป็นภาพจำของพื้นที่สะพานหินในมุมมองของคนที่อยู่ในพื้นที่ รูปแบบของ Skywalk มีลักษณะเป็นวงกลมล้อฟอร์มของอนุสาวรีย์หอย เชื่อมต่อกลุ่มอาคารในพื้นที่เข้าด้วยกัน



แผนภาพที่ 5-67 ผังรายละเอียดการพัฒนาบริเวณพื้นที่เพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 1

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณสะพานหิน

ศูนย์การประชุมและลานสันทนาการ

- อาคารศูนย์การประชุม โดยมีหลังคายื่นออกไป เพื่อสร้างร่มเงาแก่พื้นที่ข้างใต้ ลวดลายถูกออกแบบมาจากหมวกปีกกว้าง
- จุดชมวิวสะพานหิน และลานจัดงานเทศกาลกลางแจ้ง
- พื้นทราย เพื่อการเดินเล่นและ เสริมความหลากหลายของกิจกรรม



แผนภาพที่ 5-68 ภาพทัศนียภาพศูนย์การประชุมและลานสันทนาการ บริเวณปลายแหลมสะพานหิน ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-69 ภาพทัศนียภาพศูนย์การประชุมและลานสันทนาการ บริเวณปลายแหลมสะพานหิน หลังการพัฒนา

แนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหิน แนวคิดที่ 2

ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองศูนย์การประชุม

แนวทางการพัฒนาแนวคิดที่ 2 พัฒนาโดยอยู่ในพื้นฐานการพัฒนาฟื้นฟูเมือง รื้อร้างสร้างใหม่ จำเป็นต้องมีการลงทุนสูง แต่จะเป็นการปรับภาพลักษณ์ของบริเวณสะพานหินอย่างแตกต่างจากภาพเดิม และทำให้ตัวอาคารสามารถอยู่ใกล้พื้นที่ริมทะเลได้มากยิ่งขึ้น โดยบริเวณสะพานหินมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเป็นเมืองศูนย์การประชุมในระดับนานาชาติ แต่ยังคงตอบสนองกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และคนเมืองเช่นกัน จึงแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่

พื้นที่ CITYLINK

เป็นพื้นที่ที่รองรับกิจกรรมของคนเมืองภูเก็ต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาย่านพาณิชยกรรมใหม่ สำนักงาน ที่อยู่อาศัย และโรงแรม อยู่ในตำแหน่งที่ใกล้สถานี LRT มากที่สุด ซึ่งจะเป็นจุดที่คนเมืองภูเก็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดและใช้งานได้สะดวก โดยมีพื้นที่พาณิชยกรรมระดับ Hi-End เช่น โรงแรมระดับ 5 ดาว และห้องประชุมขนาดกลางอยู่ริมทะเล เพื่อรับทัศนียภาพริมทะเล

นอกจากนั้นมีการพัฒนาในส่วนการเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ ห้องสมุด และพิพิธภัณฑ์ ให้นักเรียน นักศึกษาและคนเมืองภูเก็ตสามารถเข้ามาใช้งานได้ โดยมีตำแหน่งอยู่ตรงกลางของบริเวณสะพานหิน

พื้นที่ GREEN SPACE-SPORT

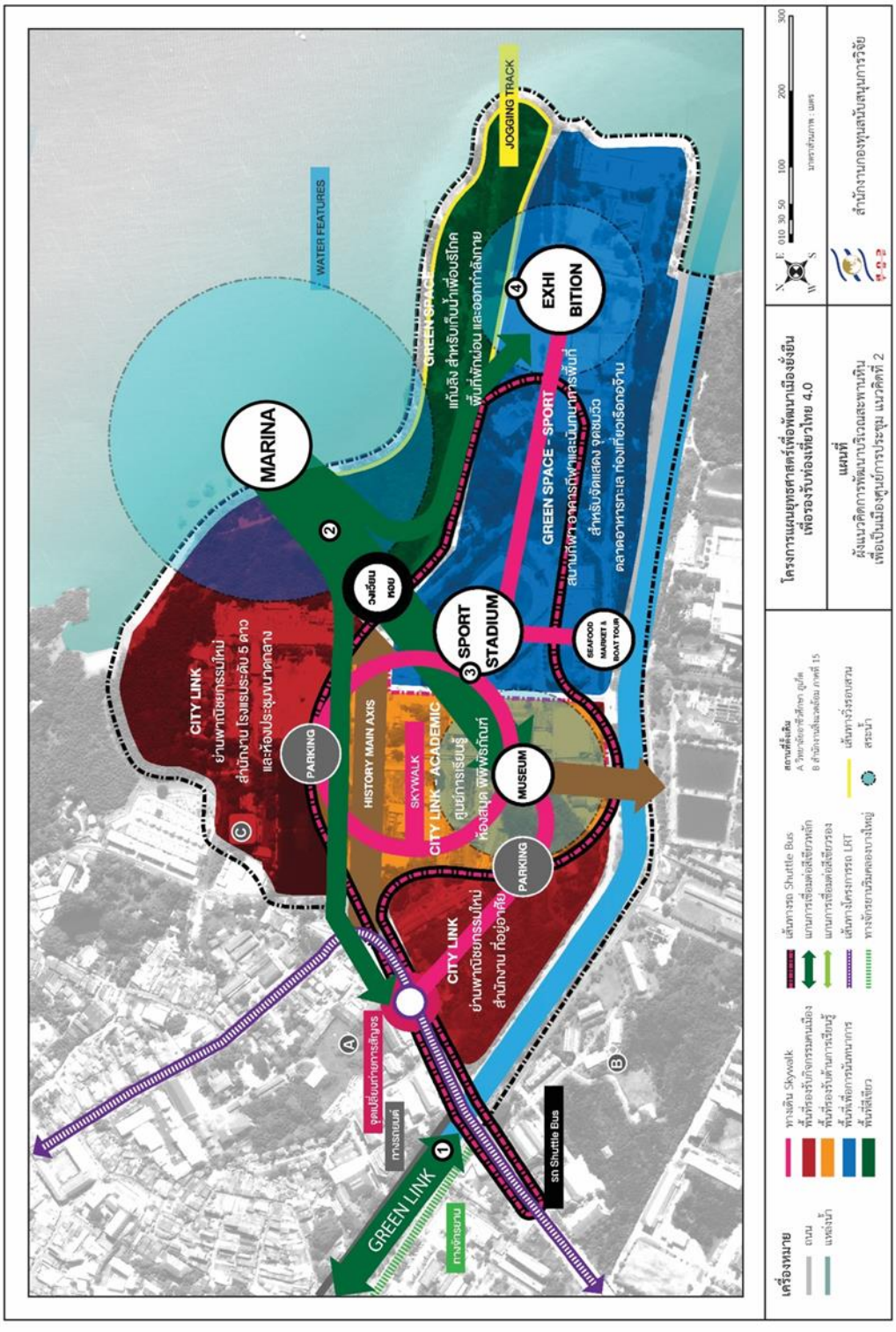
เป็นพื้นที่รองรับกิจกรรมนันทนาการ เช่น สนามกีฬา อาคารกีฬาและนันทนาการนั้นอยู่ใกล้บริเวณเดิมทอดยาวจากพื้นที่ตรงกลาง สู่พื้นที่ปลายแหลมสะพานหิน

พื้นที่ GREEN SPACE

เป็นพื้นที่สีเขียว สวนสาธารณะเพื่อการชมวิวทะเล และการออกกำลังกาย รองรับทั้งนักท่องเที่ยว และคนเมืองภูเก็ต โดยมีกิจกรรมตลาดอาหารทะเล และการท่องเที่ยวเรือกอจ๊านเป็นกิจกรรมเสริมในพื้นที่สะหานหิน เพื่อรักษาไว้ซึ่งวิถีดั้งเดิมของชาวเล ในละแวกสะพานหิน เพื่อทำให้คนดั้งเดิมยังคงประกอบอาชีพเดิม และสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อีกด้วยโดยพื้นที่สีเขียวนั้นแทรกตัวไปเข้าไปในพื้นที่บริเวณสะพานหิน ทำให้ทุกกิจกรรมในพื้นที่บริเวณสะพานหินสามารถเข้าถึงพื้นที่สีเขียวได้

ผังแนวคิดนี้ยังเสนอให้ปรับเปลี่ยนโครงถนน เพื่อให้มีแปลงที่ดินขนาดใหญ่ และทำให้ตัวอาคารอยู่ติดพื้นที่ริมทะเลมากขึ้น และถนนเป็นเส้นทางเชื่อมต่อภายในได้ โดยมีระบบขนส่งภายในพื้นที่เชื่อมต่อทั้งพื้นที่เข้าด้วยกัน แต่พื้นที่ยังคงสนับสนุนการเดินทางด้วยเท้าด้วยการพัฒนา Skywalk เพื่อเชื่อมต่อกลุ่มอาคารทั้งหมดเข้าด้วยกัน จนถึงสถานีรถราง LRT

อีกองค์ประกอบหนึ่งคือการพัฒนาท่าเทียบเรือขนาดกลาง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวภายในอ่าวพังงาและรองรับพื้นที่พักอาศัยระดับ 5 ดาว ที่ต้องการมีที่จอดเรือ นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาพื้นที่สระน้ำในพื้นที่สะพานหิน เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ รับน้ำ และกระจายผู้ใช้งานในพื้นที่ นอกจากนั้นมีการพัฒนาพื้นที่สีเขียว และทางจักรยานตามแนวคลองบางใหญ่จากเมืองเก่าภูเก็ต สู่บริเวณสะพานหิน เพื่อสร้างการเชื่อมต่อกับเมือง และเป็นทางเลือกในการเดินทางในเมืองภูเก็ต



แผนที่ 5-70 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณชายฝั่งทะเลให้เป็นเมืองศูนย์การประชุม แนวคิดที่ 2

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณสะพานหิน – เมืองศูนย์การประชุม

การพัฒนาและวางตัวอาคารในพื้นที่บริเวณสะพานหิน ได้รับแรงบันดาลใจจากลักษณะของหอยและคลื่นที่มีความโค้งมน เป็นชั้นไล่ระดับขึ้นไป เพื่อสร้างพื้นที่ใช้สอยบริเวณชั้นล่างได้เต็มประสิทธิภาพมากที่สุด อีกทั้งมีเอกลักษณ์ของอาคารที่แตกต่างจากพื้นที่โดยรอบ สร้างภาพจำที่ชัดเจนแก่พื้นที่สะพานหิน โดยการไล่ระดับของอาคารนั้น ทำให้อาคารเกือบทุกหลังในพื้นที่สามารถมองเห็นวิวทะเลได้ และมีบรรยากาศภายในที่เย็นสบาย ได้รับลมทะเลอย่างเต็มที่

โครงถนนภายในพื้นที่สะพานหิน มีลักษณะโค้งมน เพื่อลดความเร็วรถในพื้นที่ เอื้อแก่การเดินเท้า รวมไปถึงเส้นทางของ Skywalk ที่มีความโค้งมน ล้อรูปแบบของอนุสาวรีย์หินเอาไว้ นอกจากนั้นมีการย้ายอนุสาวรีย์หอยให้อยู่ริมสะพานหินอีกครั้ง เพื่อฟื้นภาพจำในอดีตที่มีฉากหลังสะพานหินเป็นทะเลเอาไว้

แผนภาพที่ 5-71 ตัวแบบผังแม่บทการใช้ประโยชน์ที่ดินและพัฒนาที่ดินเป็นเมืองท่องเที่ยวรูปแบบที่ 2

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณสะพานหิน

พื้นที่พาณิชยกรรมใหม่ และพื้นที่สาธารณะใหม่

- พื้นที่เล่นกีฬากลางแจ้งริมทะเล และเส้นทางวิ่งริมทะเล
- จุดจอดเรือขนาดกลาง และทางเดินภายในทะเล เพื่อเป็นสวนสาธารณะ และชมวิว
- อาคารพาณิชยกรรม และโรงแรมระดับ 5 ดาวริมทะเล โดยมีหลังคาเพื่อสร้างการสะท้อนกับน้ำ



แผนภาพที่ 5-72 ภาพทัศนียภาพพื้นที่พาณิชยกรรมใหม่ และพื้นที่สาธารณะใหม่ ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-73 ภาพทัศนียภาพพื้นที่พาณิชยกรรมใหม่ และพื้นที่สาธารณะใหม่ หลังการพัฒนา

แนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหิน แนวคิดที่ 3

ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหินเพื่อเป็นเมืองวิจัยและพัฒนานานาชาติ

แนวทางการพัฒนาแนวคิดที่ 3 พัฒนาโดยอยู่ในพื้นฐานมีความเป็นไปได้ พร้อมกับสร้างบทบาทใหม่แก่เมืองภูเก็ต โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเป็นเมืองวิจัยและพัฒนานาชาติ เพื่อสร้างศูนย์กลางแห่งการพัฒนาและการเรียนรู้ของภาคใต้ เชื่อมต่อกับพื้นที่เมืองพัฒนาใหม่ถลาง สร้างผู้ใช้งานระยะยาวและเป็นภาคเศรษฐกิจใหม่ของเมือง โดยไม่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่ยังคงตอบสนองกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และคนเมืองเช่นกัน จึงแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 พื้นที่หลัก ได้แก่

พื้นที่ CITYLINK-ACADEMIC หรือกิจกรรมรองรับคนเมืองภูเก็ต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาย่านพาณิชยกรรมใหม่ สำนักงาน ที่อยู่อาศัย โรงแรม ศูนย์การเรียนรู้ ห้องสมุด และพิพิธภัณฑ์อยู่ในตำแหน่งที่ใกล้สถานี LRT มากที่สุด ซึ่งจะเป็นจุดที่คนเมืองภูเก็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และใช้งานได้สะดวก

พื้นที่ RESEARCH & DEVELOPMENT พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้และวิจัยนานาชาติ โดยมุ่งเน้นการวิจัยในด้านอุตสาหกรรมการประมง เรือยนต์และสินค้าสร้างสรรค์ ตอบรับความต้องการของตลาดในจังหวัดภูเก็ต และยกระดับของจังหวัดภูเก็ตไปด้วย โดยอยู่ในพื้นที่ด้านใน เนื่องจากมีผู้ใช้งานเฉพาะกลุ่ม และไม่ต้องการการเข้าถึงมากนัก

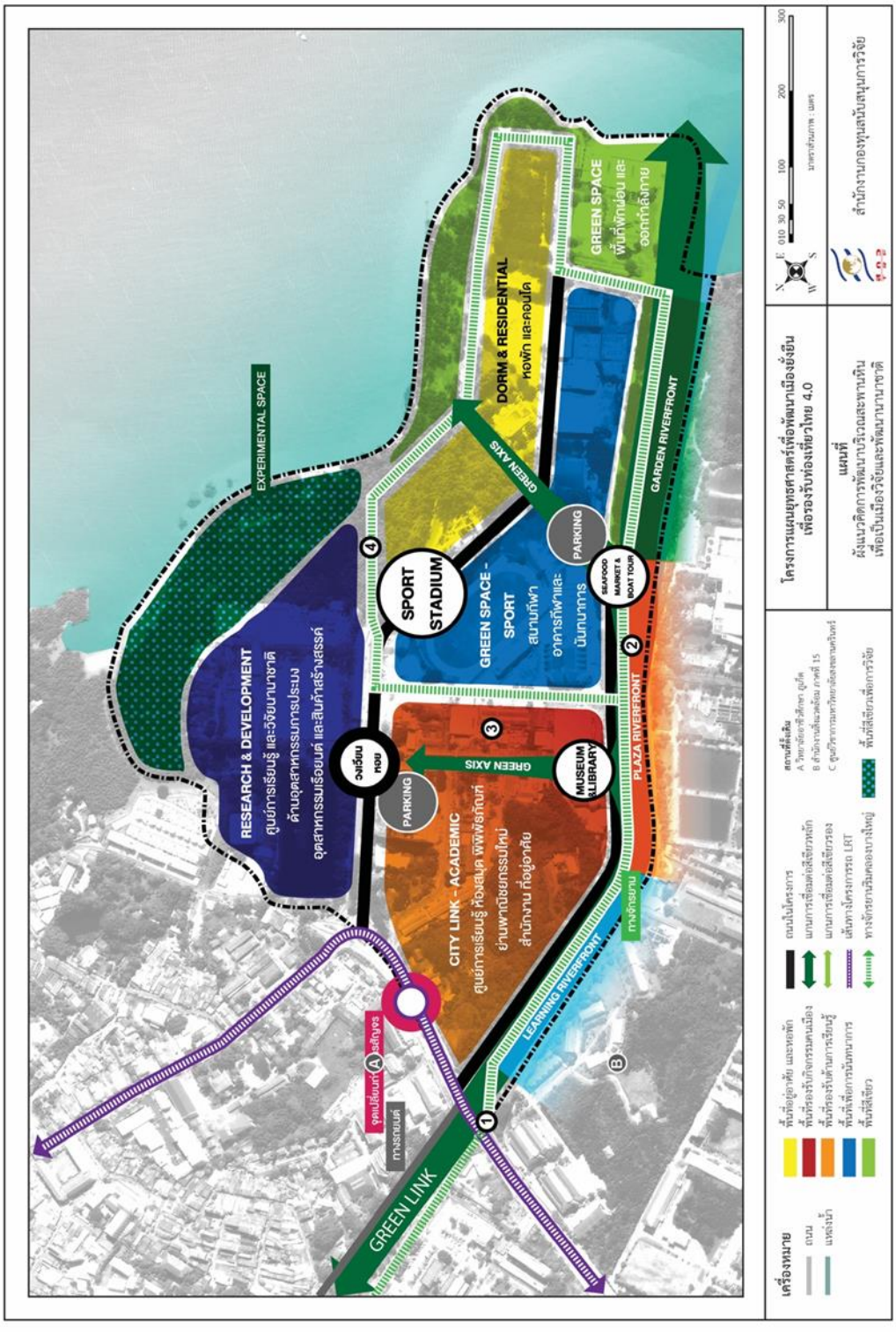
พื้นที่ DORM & RESIDENTIAL พื้นอยู่อาศัยของนักวิจัยชั้นสูงในระยะยาว โดยอยู่ใกล้พื้นที่ริมทะเล และสามารถเข้าถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในสะพานหินได้สะดวก

พื้นที่ GREEN SPACE-SPORT หรือกิจกรรมนันทนาการ เช่น สนามกีฬา อาคารกีฬาและนันทนาการนั้นอยู่ใกล้บริเวณเดิม ทอดยาวจากพื้นที่ตรงกลาง สู่พื้นที่ปลายแหลมสะพานหิน

พื้นที่ GREEN SPACE หรือพื้นที่สีเขียว สวนสาธารณะเพื่อการชมวิวทะเล และการออกกำลังกาย รองรับทั้งนักวิจัย นักท่องเที่ยว และคนเมืองภูเก็ต โดยมีพื้นที่สีเขียวบางส่วนพัฒนาเพื่อเป็นพื้นที่ทดลองของศูนย์วิจัย และมีกิจกรรมตลาดอาหารทะเล และการท่องเที่ยวเรือกอจ๊านเป็นกิจกรรมเสริมในพื้นที่สะหานหิน เพื่อรักษาไว้ซึ่งวิถีดั้งเดิมของชาวเล ในละแวกสะพานหิน เพื่อทำให้คนดั้งเดิมยังคงประกอบอาชีพเดิม และสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

พื้นที่สีเขียวนั้นมุ่งเน้นการพัฒนาตามแนวคลองบางใหญ่เพื่อเชื่อมต่อกับส่วนเนื้อเมืองเป็นหลักมีกิจกรรมที่หลากหลายตอบรับกับกิจกรรมข้างเคียงริมคลอง อีกทั้งปรับด้านหน้าอาคารให้หันเข้ากับคลองบางใหญ่อีกด้วย

นอกจากนั้นมีการพัฒนาพื้นที่สีเขียว และทางจักรยานตามแนวคลองบางใหญ่จากเมืองเก่าภูเก็ต สู่บริเวณสะพานหินโดยผนวกเข้ากับพื้นที่สะพานหินทดแทนการใช้รถยนต์ในพื้นที่ และสร้างการเชื่อมต่อกับเมือง และเป็นทางเลือกในการเดินทางในเมืองภูเก็ต



แผนที่ที่ 5-74 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณสะพานหิน เป็นเมืองวัฒนธรรมและพัฒนานานาชาติ

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณสะพานหิน - เมืองวิจัยและพัฒนานานาชาติ

การวางแนวอาคารในพื้นที่ใช้ลักษณะของคอร์ตเป็นหลัก โดยรักษาขนาดของอาคารให้มีความกลมกลืนกับขนาดอาคารภายในและรอบนอกพื้นที่สะพานหิน สนับสนุนการเดินเท้าด้วยโครงข่ายเดิม เปิดพื้นที่สาธารณะและหน้าอาคารสู่ริมคลองบางใหญ่ เพื่อตอบรับกับนักท่องเที่ยวและคนเมืองที่เดินทางมาตามแนวคลองบางใหญ่

เครื่องหมาย
สถานที่สำคัญ
โครงการแหล่งยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองอัจฉริยะ
เพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0
แสดงที่
ผังรายละเอียดการพัฒนาบริเวณชายหาดกมลา
เพื่อเป็นเมืองอัจฉริยะรองรับนักท่องเที่ยว
สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
สำนักงานจังหวัดภูเก็ต

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณสะพานหิน

คลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา

- ปรับปรุงพื้นที่ริมคลองบางใหญ่ให้สามารถใช้งานได้ และปรับหน้าอาคารเข้าหาคลองบางใหญ่
- สามารถเชื่อมต่อกับเมืองผ่านเส้นเลียบคลองโดยจักรยานหรือเดิน
- พัฒนาเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างผู้ใช้งานระยะยาว เหมาะสมกับการพัฒนาระบบรถไฟรางเบา



แผนภาพที่ 5-76 ภาพทัศนียภาพคลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-77 ภาพทัศนียภาพคลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา หลังการพัฒนา

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เมืองภูเก็ต - พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเมืองศูนย์การประชุม

พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต สถานีขนส่ง และบริเวณสะพานหิน

- มุมมองจากวัดเขารัง เพื่อชมภาพรวมของเมืองโดยมีการจัดแสงไฟในภูเขา และเส้นทางเดินขึ้นเขา
- พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต รถรางเบา และคลองบางใหญ่โดยมีการจัดแสงไฟ เพื่อแสดงขอบเขตเมืองและแนวคลอง
- บริเวณสะพานหิน มีการพัฒนาอาคารสูงและอาคาร Landmark ของเมืองภูเก็ต



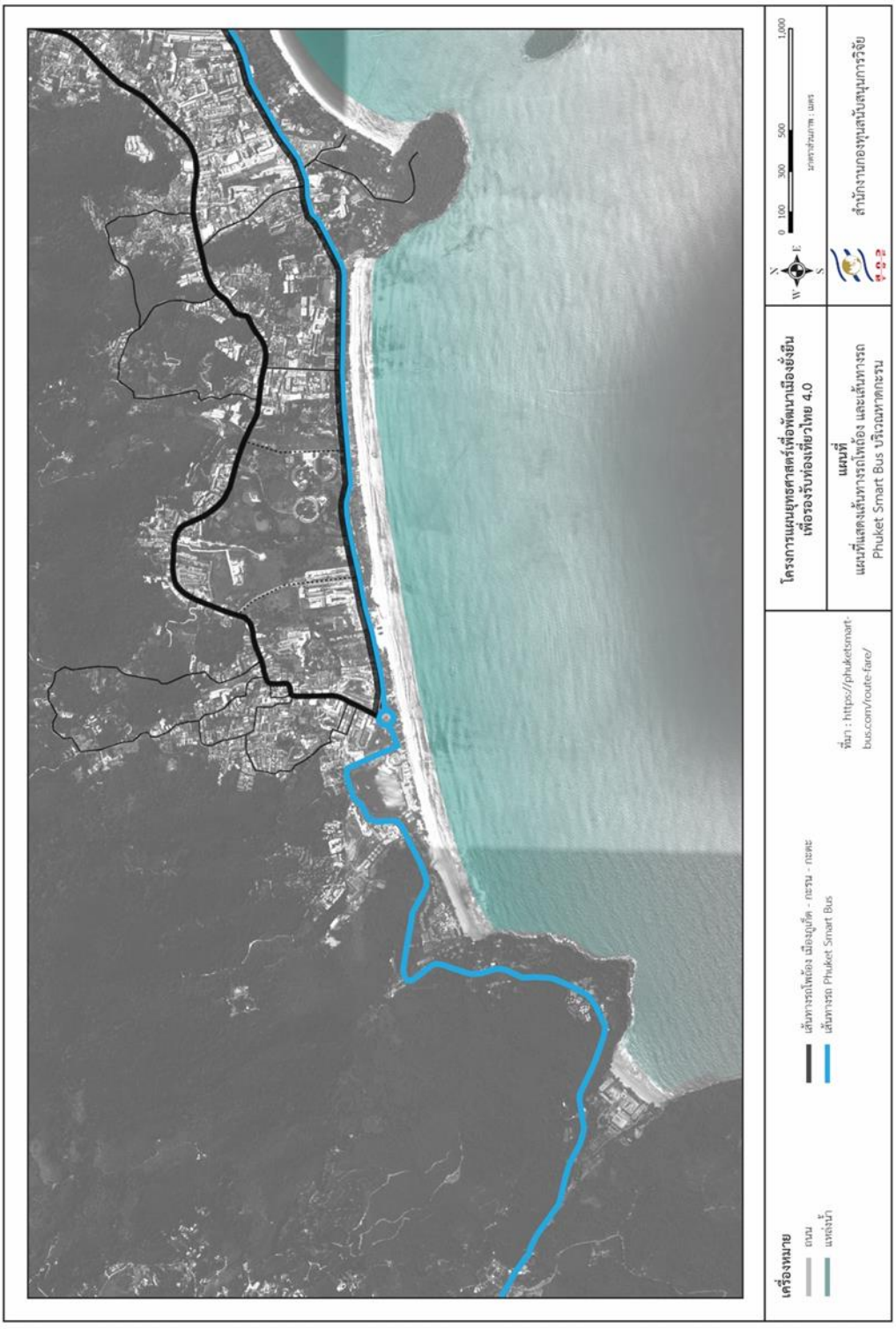
แผนภาพที่ 5-78 ภาพทัศนียภาพภาพรวมเมืองภูเก็ต หลังการพัฒนา

การพัฒนาพื้นที่หาดกะรน

การวิเคราะห์ศักยภาพบริเวณหาดกะรน

เส้นทางรถโพถ้องและเส้นทางรถ Smart Bus

พื้นที่หาดกะรนสามารถเข้าถึงได้ด้วยรถโพถ้องจากเมืองภูเก็ต และอยู่ในแนวเส้นทางของ Phuket Smart Bus ด้วยรูปแบบเส้นทางที่วิ่งตลอดแนวริมหาดกะรน ทำให้หาดกะรนสะดวกต่อการสัญจรมากยิ่งขึ้น ทุกกิจกรรมริมหาด สามารถเชื่อมต่อกับขนส่งสาธารณะได้โดยตรง



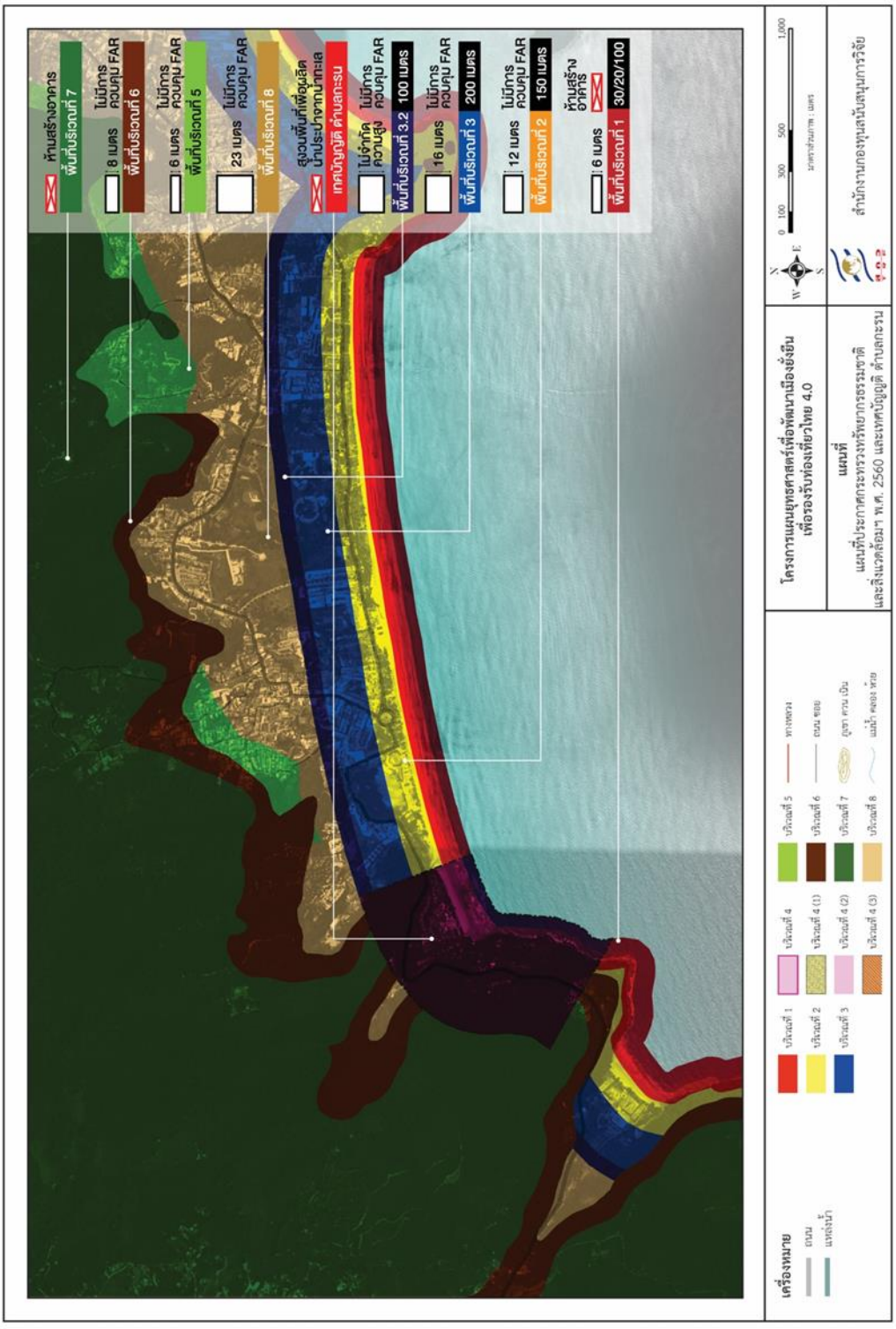
แผนภาพที่ 5-79 เส้นทางรถโพ้ดอง และเส้นทางรถ Phuket Smart Bus บริเวณหาดกะรน

การวิเคราะห์กฎหมายและข้อบังคับในพื้นที่หาดกะรน

หาดกะรนถูกควบคุมด้วย 3 กฎหมายหลักได้แก่

1) ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดเขตพื้นที่และมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2560
2) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
3) เทศบัญญัติเทศบาลตำบลกะรน เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภท ในพื้นที่บางส่วนในเขตเทศบาลตำบลป่าตองกะรน อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2556

โดยมีการควบคุมพื้นที่จากชายฝั่งทะเล แยกระยะออกเป็น 3 ช่วง 100 เมตร 150 เมตรและ 200 เมตร ตามลำดับจากแนวชายฝั่ง รวมเป็น 450 เมตร และการควบคุมความสูงอาคารตามภูมิประเทศของหาดกะรน นอกจากนั้นยังมีการควบคุมพื้นที่ห้ามก่อสร้าง เพื่อสงวนไว้เพื่อผลิตน้ำประปาจากน้ำทะเล ทางตอนเหนือของหาดกะรน ซึ่งทำให้พื้นที่ในบริเวณที่ 8 เป็นพื้นที่ที่สามารถสร้างอาคารได้สูงที่สุด



แผนภาพที่ 5-80 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมฯ พ.ศ.2560 และเทศบัญญัติ ตำบลกะรน

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็งและโอกาส

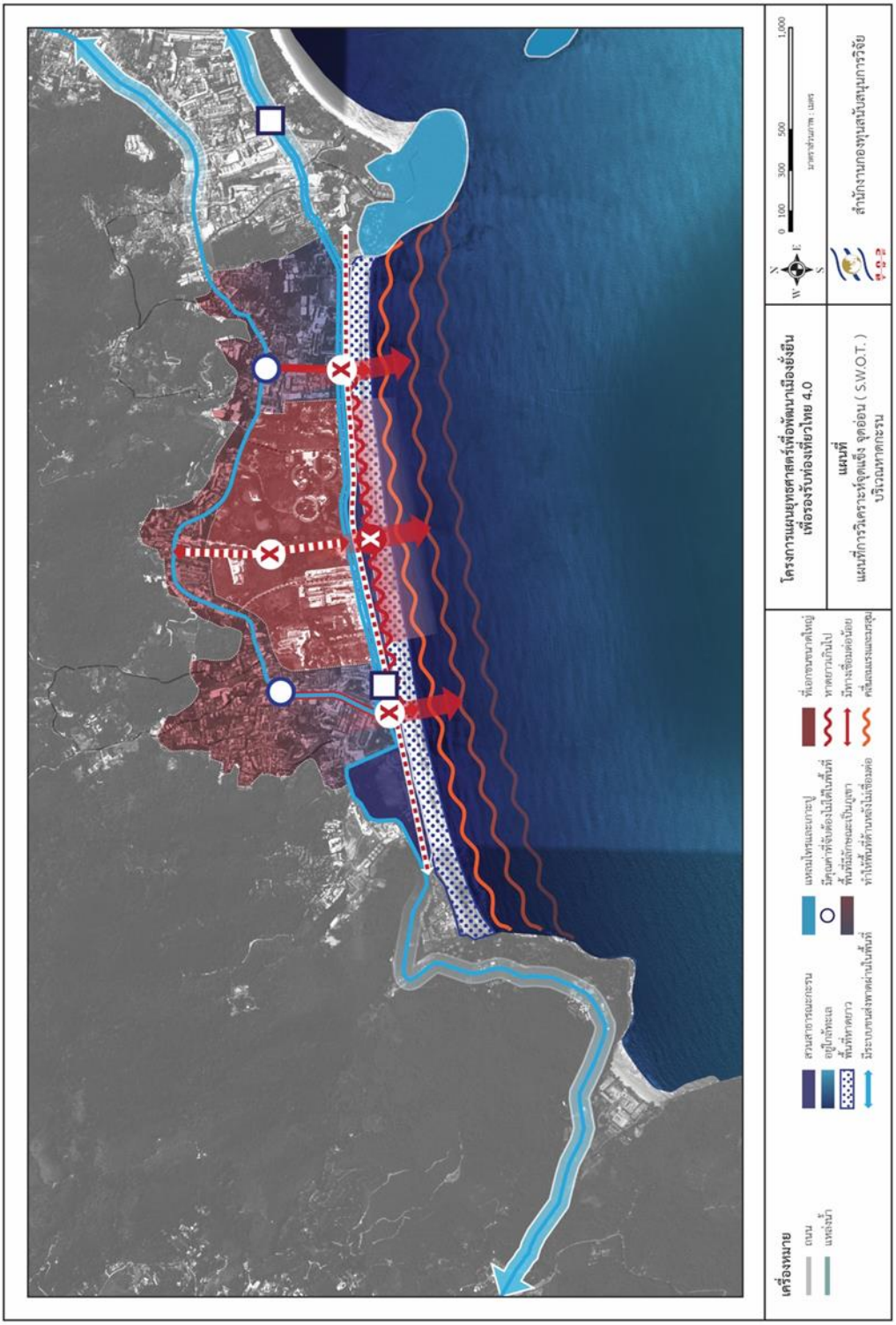
- หาดกะรนมีความยาวเป็นอันดับ 3 ของเกาะภูเก็ต
- เนื้อทรายละเอียดเหมาะแก่การเล่นน้ำ
- คลื่นลมแรง เอื้อแก่การเล่นกีฬาทางน้ำได้
- มีความเป็นสาธารณะ และเข้าถึงได้อิสระ
- มีโครงการรถ Smart Bus และรถโพถ้อง
- มีความเป็นชุมชน จากการมีชุมชนกระหลิม และวัดกะรน เป็นจุดศูนย์กลาง เชื่อมต่อกับภาคบริการ
- มีแหลมไทร และเกาะปู เอื้อแก่การดำน้ำ ดูปะการัง
- ภูมิประเทศและสันทรายริมทะเลในปัจจุบัน เป็นแนวป้องกันธรรมชาติของหาดกะรน ทำให้มีผลกระทบจากสึนามิน้อยกว่าหาดข้างเคียง

จุดอ่อนและอุปสรรค

- คลื่นลม ที่แรงของหาดกะรน ทำให้ไม่สามารถเล่นน้ำได้ตลอดปี
- มีแนวดิน กั้นแนวมองจากถนนสู่ชายหาด
- ชายหาดมีความยาวมากเกินไป ไม่เอื้อแก่การเดินเท้าตลอดแนวหาด
- เข้าถึงหาดได้เพียง 2 ทางเท่านั้น ผ่านทางถนนปฏัก และถนนหลวงพ่อฉ้วน
- ธุรกิจที่พักขนาดใหญ่กั้นกลางหาด ทำให้หาดขาดช่วงของกิจกรรม
- เนื้อเมืองส่วนด้านหลังอยู่บนภูเขา และมีภูมิประเทศที่ลาดชัน

กรณีศึกษาชายหาดสร้างสรรค์

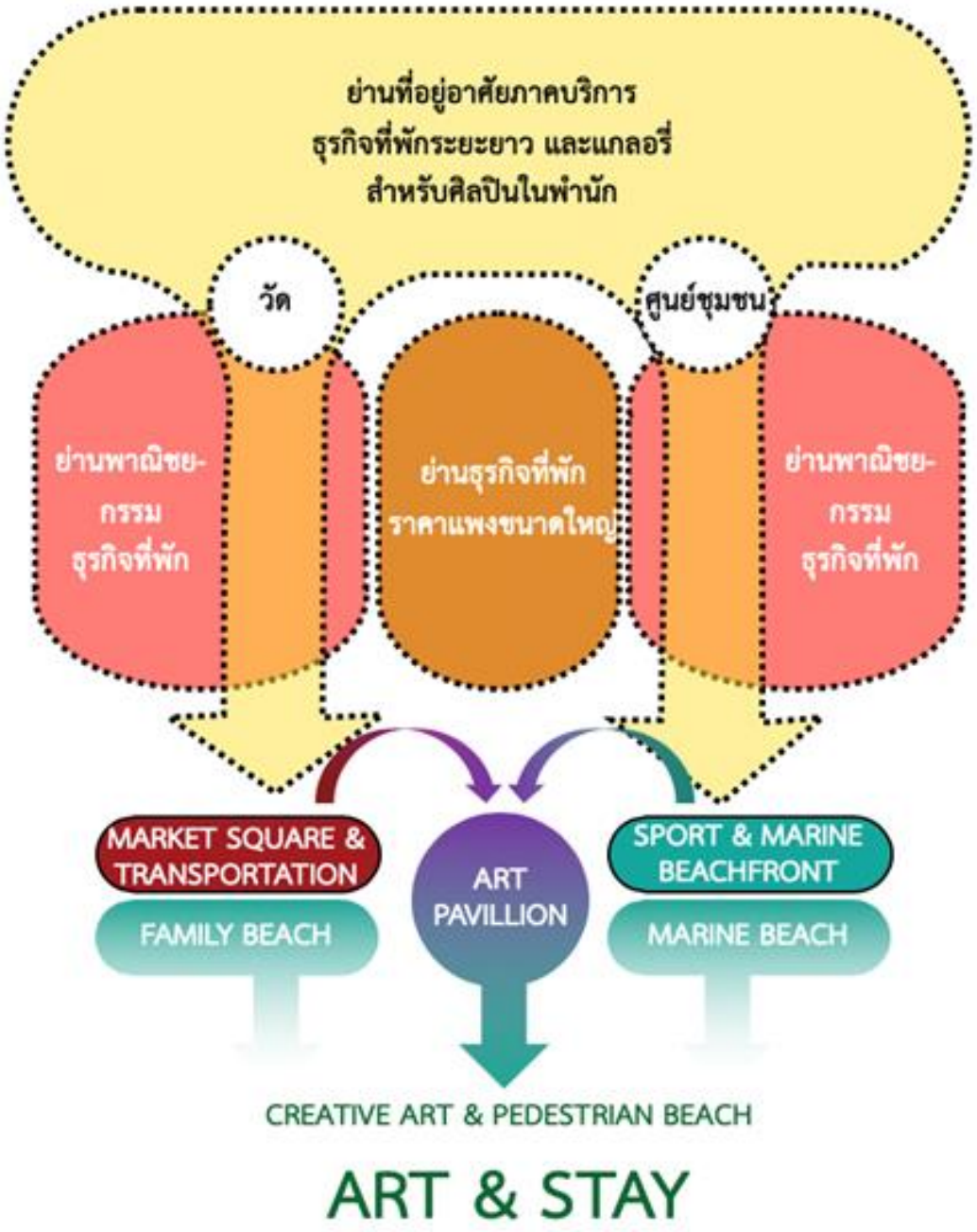
การพัฒนาและออกแบบในส่วนนี้ได้ศึกษากรณีตัวอย่างในต่างประเทศ อาทิ Scarborough Beach, Australia โครงการ Xarranca pavilion, Spain และ The Heart of Denmark Pavilion, Brazil



แผนภาพที่ 5-81 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (S.W.O.T.) บริเวณหาดกะรน

แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน

หาดกะรนมีศักยภาพและขนาดที่เหมาะสมแก่การพัฒนา แต่ในปัจจุบันขาดกิจกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของหาด เพื่อสร้างความแตกต่างจากหาดโดยรอบ จึงมีแนวคิดในการพัฒนาเป็นชายหาดสร้างสรรค์ โดยพัฒนากิจกรรมศิลปะ เพื่อสะท้อนประวัติศาสตร์ และสร้างกิจกรรมใหม่แก่หาด อีกทั้งพัฒนาเพื่อเป็นหาดที่มีความเป็นสาธารณะสูง รองรับนักท่องเที่ยวหลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะยาว



แผนภาพที่ 5-82 แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน

ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน

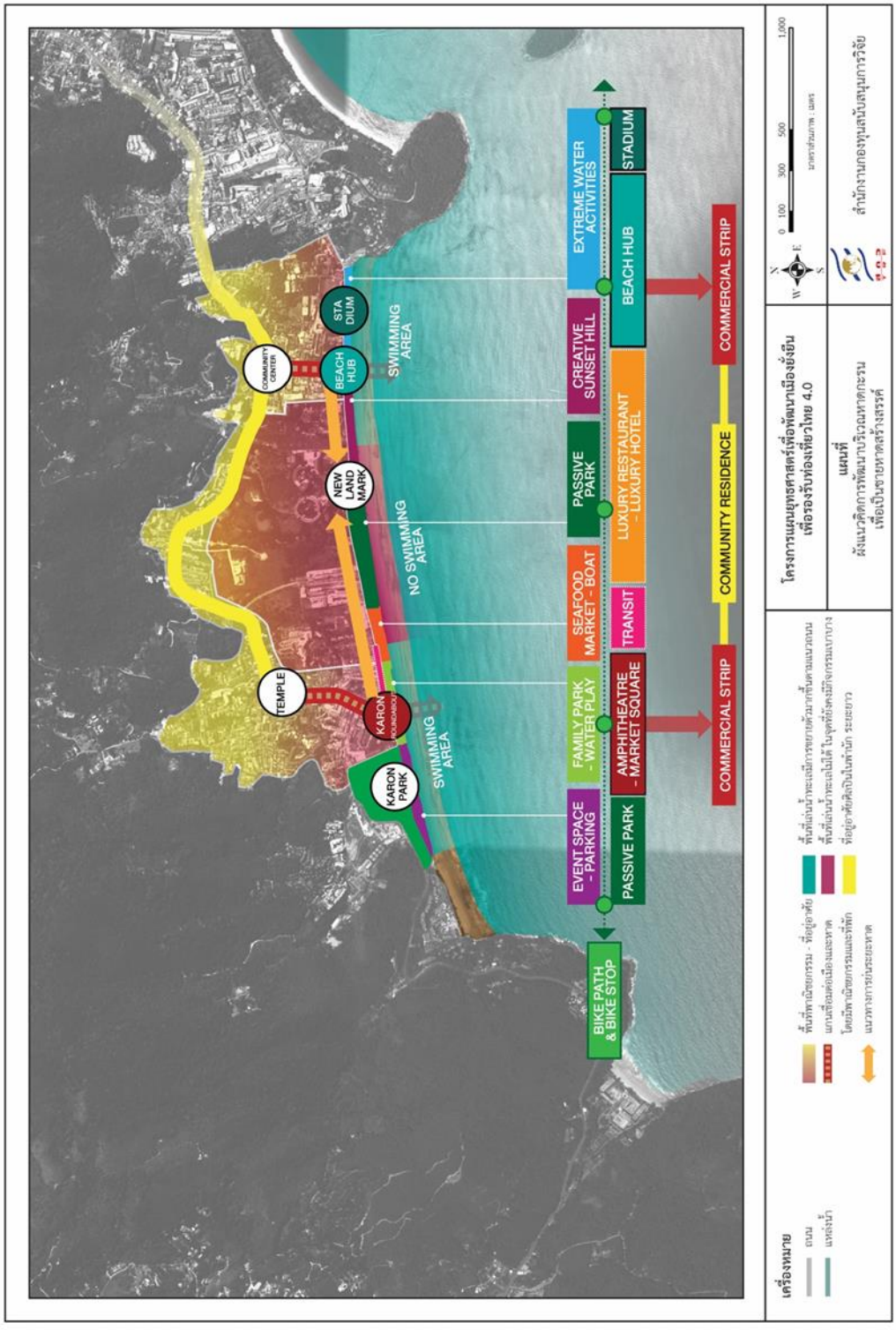
หาดมีความเป็นสาธารณะสูง	FACILITIES & CLOSER TO BEACH
รถเข้าถึงได้ / คนไม่มีพักริมทะเลเข้าถึงได้	พัฒนาการเข้าถึง
ขาดกิจกรรมริมหาด ทำให้พื้นที่เงียบ	จุดพักผ่อน และบริการ อาบน้ำริมหาด
หาดยาว เนื้อทรายละเอียด	NEW OUTDOOR ACTIVITIES
มีพื้นที่จัดกิจกรรมได้เยอะ	พื้นที่รองรับครอบครัว / กีฬาทางบก–น้ำ
หาดยาวเกินไปไม่เชื่อมต่อกัน	พื้นที่จัดแสดงงานศิลปะริมหาด
คลื่นลมแรง	ALL SEASON DAY&NIGHT ACTIVITIES
จัดกิจกรรม กีฬาทางทะเลได้	พื้นที่พาณิชยกรรม / อาหาร กินดื่ม
ไม่สามารถใช้งานได้ทุกฤดูกาล	พื้นที่วัด ศิลปวัฒนธรรม - แกลเลอรี่

การพัฒนาชายหาดกะรน โดยแยกออกเป็น 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่

- Market Square & Transportation บริเวณวงเวียนกะรน ตอบรับกับหาดเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวประเภทครอบครัว เนื่องจากมีพื้นที่โล่งว่าง และระบบขนส่งที่สะดวก
- Sport & Marine Beachfront บริเวณสนามกีฬาเทิดพระเกียรตินวมินทร์ เนื่องจากอยู่ใกล้แหลมไทรและเกาะปู มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาอยู่ใกล้เคียง จึงพัฒนาเพื่อเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำ
- Art Pavillion บริเวณสวนสาธารณะคลองบางลา ปรับปรุงภูมิทัศน์และ พัฒนา Art Pavilion เพื่อเป็นจุดหมายตา และดึงดูดผู้ใช้งานเข้าสู่พื้นที่ตอนกลางของหาด

นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

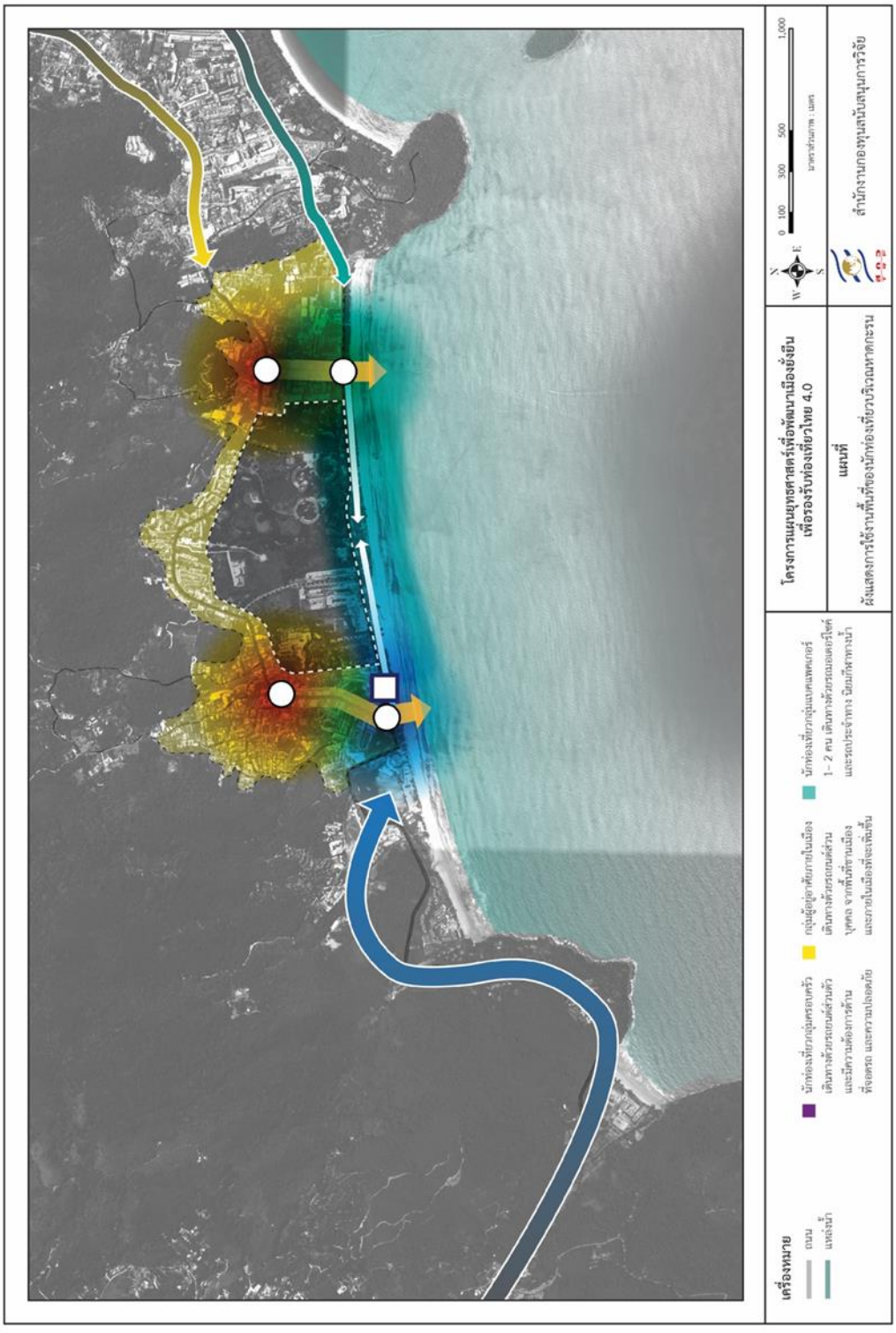
- ปรับปรุงถนน เพื่อเสริมเข้าถึงจากเนื้อเมืองด้านหลัง โดยมีวัด และศูนย์ชุมชนเป็นพื้นที่เชื่อมต่อ
- เสริมกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกริมหาด เพื่อเสริมความเป็นสาธารณะ และกิจกรรมที่หลากหลาย
- เชื่อมต่อพื้นที่ริมหาดด้วยทางจักรยาน และจุดจอดจักรยานเพื่อเป็นจุดพักและร่นระยะของหาด
- พัฒนาพื้นที่บริเวณถนนปฏักในส่วนด้านหลัง เพื่อเป็นย่านธุรกิจที่พักระยะยาว ที่ต้องการการเข้าถึงน้อย พัฒนาโครงการศิลปินในพำนัก เพื่อให้เกิดสร้างสรรค์ศิลปะในพื้นที่



แผนภาพที่ 5-83 ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรนเพื่อเป็นชายหาดสร้างสรรค์

ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

- การเข้าถึงจากเมืองภูเก็ต และอ่าวฉลองเดินทางด้วยรถประจำทางรองรับกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่
- การเข้าถึงจากหาดป่าตอง นำกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย และมีจำนวนมากมุ่งเน้นรองรับเทศกาล และที่จอดรถ
- การเข้าถึงจากหาดกะตะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวนิยมกีฬาทางน้ำ



แผนภาพที่ 5-84 ผังแสดงการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวบริเวณหาดกะรน

รายละเอียดพื้นที่วงเวียนกะรน - พื้นที่เปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และนิทรรศการ

แนวคิดหลักในส่วนนี้คือการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการเปลี่ยนถ่ายการสัญจรระหว่าง Smart Bus และรถโพถ้อง และลานเพื่อจัดเทศกาลและนิทรรศการ โดยปรับเปลี่ยนพื้นที่สวนสาธารณะกะรน ให้ใช้งานได้หลากหลายทั้งการจอดรถและจัดงาน เพื่อลดปริมาณที่จอดรถริมถนนปฏัก ซึ่งทำให้การเดินเที่ยวไม่สะดวก นอกจากนั้นยังมีการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบวงเวียนกะรน ให้ใช้งานเพื่อตลาดสินค้าทำมือของหาดกะรน สร้างสินค้าที่แตกต่างจากหาดโดยรอบในจังหวัดภูเก็ต และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ในวัดกะรน เพื่อรองรับตลาด และเป็นพื้นที่พักผ่อนภายในวัด



แผนภาพที่ 5-85 ผังรายละเอียดการพัฒนาพื้นที่ริมชายหาดเพื่อเปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และวัฒนธรรม

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณหาดกะรน –พื้นที่เปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และนิทรรศการ

พื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง

- ตลาดสินค้าทำมือ และรองรับรถขายของ
- พื้นที่จัดงานเทศกาลริมหาดกะรน สำหรับจัดงานแสดงดนตรี และเป็นจุดรวมพลในการจัดงานกีฬา
- ปรับปรุงทางเดินรอบวงเวียนกะรน เพื่อสร้างการเชื่อมต่อระหว่างหาด ชุมชน จุดจอดรถบัส และทางจักรยานเพื่อเชื่อมต่อกับถนนปฏิกริมหาด



แผนภาพที่ 5-86 ภาพทัศนียภาพพื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-87 ภาพทัศนียภาพพื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง หลังการพัฒนา

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณหาดกะรน -- พื้นที่จัดแสดงงานศิลปะ และสวนสาธารณะ

พื้นที่หน้าสวนสาธารณะคลองบางลา

- ลานแสดงศิลปะปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยว
- พาวิลเลียน เพื่อการพักผ่อน และแสดงนิทรรศการเชื่อมต่อกับคลองบางลา จนถึงอนุสาวรีย์พญานาค
- พัฒนาหน้าอาคารข้างเคียง และกิจกรรมพาณิชย กรรม เพื่อเชื่อมต่อกับหาดกะรน



แผนภาพที่ 5-88 ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสวนสาธารณะคลองบางลา ก่อนการพัฒนา



แผนภาพที่ 5-89 ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสวนสาธารณะคลองบางลา หลังการพัฒนา

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณหาดกะรน –พื้นที่เล่นกีฬาผาดโผน และกีฬาทางน้ำ

พื้นที่หน้าสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา

- พื้นที่เล่นกีฬาทางน้ำ โดยมีทางเดินกว้าง เพื่อสร้างการเฝ้ามองจากถนนสู่ริมทะเล
- จุดจอด และทางจักรยาน ริมหาด และสิ่งอำนวยความสะดวกริมหาด เพื่อสร้างความเป็นสาธารณะ
- ปรับปรุงอาคารสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ และพื้นที่พาณิชยกรรมด้านล่าง เชื่อมต่อกับร้านค้าริมหาด



แผนภาพที่ 5-90 ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา ก่อนการพัฒนา



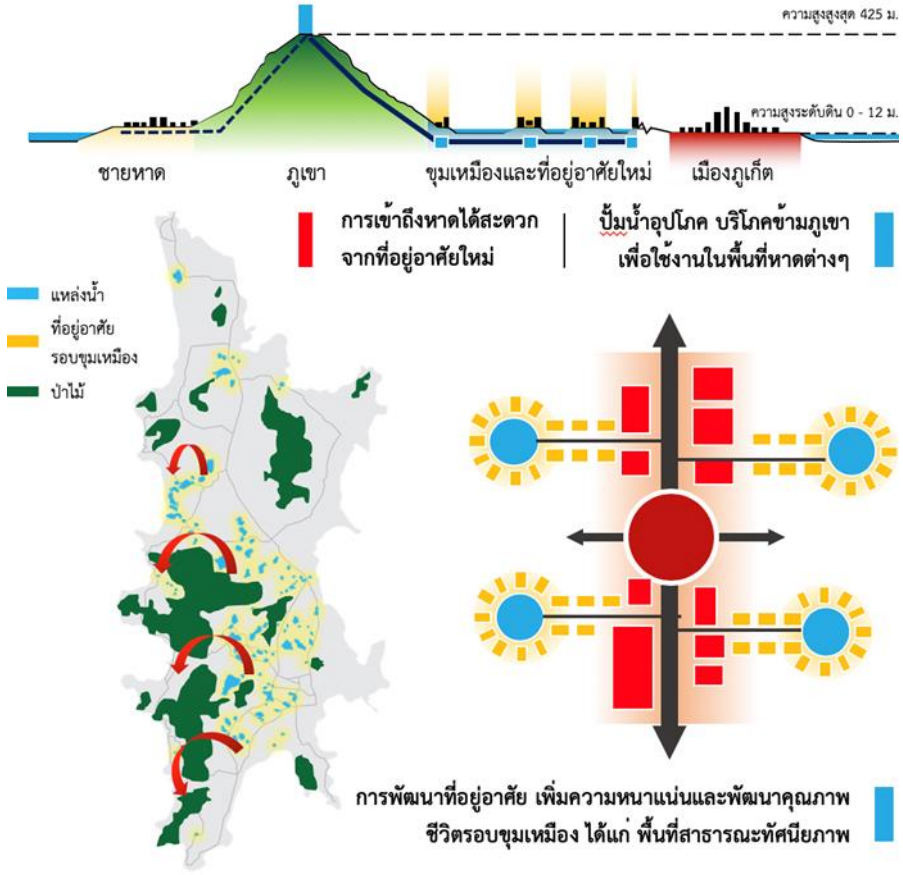
แผนภาพที่ 5-91 ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา หลังการพัฒนา

การพัฒนาพื้นที่ขุมเหมือง

แนวคิดการพัฒนาบริเวณขุมเหมือง

- ขุมเหมืองสำหรับขุดดีบุกเดิมและอยู่รอบชานเมืองภูเก็ต และบริเวณตีนเขา
- มีเนื้อทีขุมเหมืองเป็นจำนวนมาก แต่ถูกใช้งานไม่เต็มประสิทธิภาพ ถูกใช้สำหรับวิวบางกลุ่มเท่านั้น
- ขุมเหมืองส่วนมาก เป็นเนื้อที่ของเอกชน และแปลงที่ดินขนาดใหญ่ อยู่ภายในบล็อก
- **ปัญหาด้านน้ำ** : เมืองภูเก็ตเป็นเมืองที่มีปัญหาด้านน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค
- **ปัญหาด้านที่อยู่อาศัย** : กลุ่มแรงงานภาคบริการขาดที่อยู่อาศัยและค่าครองชีพที่เหมาะสมตามหาดต่าง ๆ ของภูเก็ต
- **ปัญหาด้านการขนส่ง** : การเดินทางจากเมืองภูเก็ตสู่หาดต่าง ๆ ค่อนข้างไกล ทำให้ไม่สะดวกแก่กลุ่มแรงงานภาคบริการ
- **ปัญหาด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน** : การใช้ประโยชน์ที่ดินรอบขุมเหมืองไม่เหมาะสม

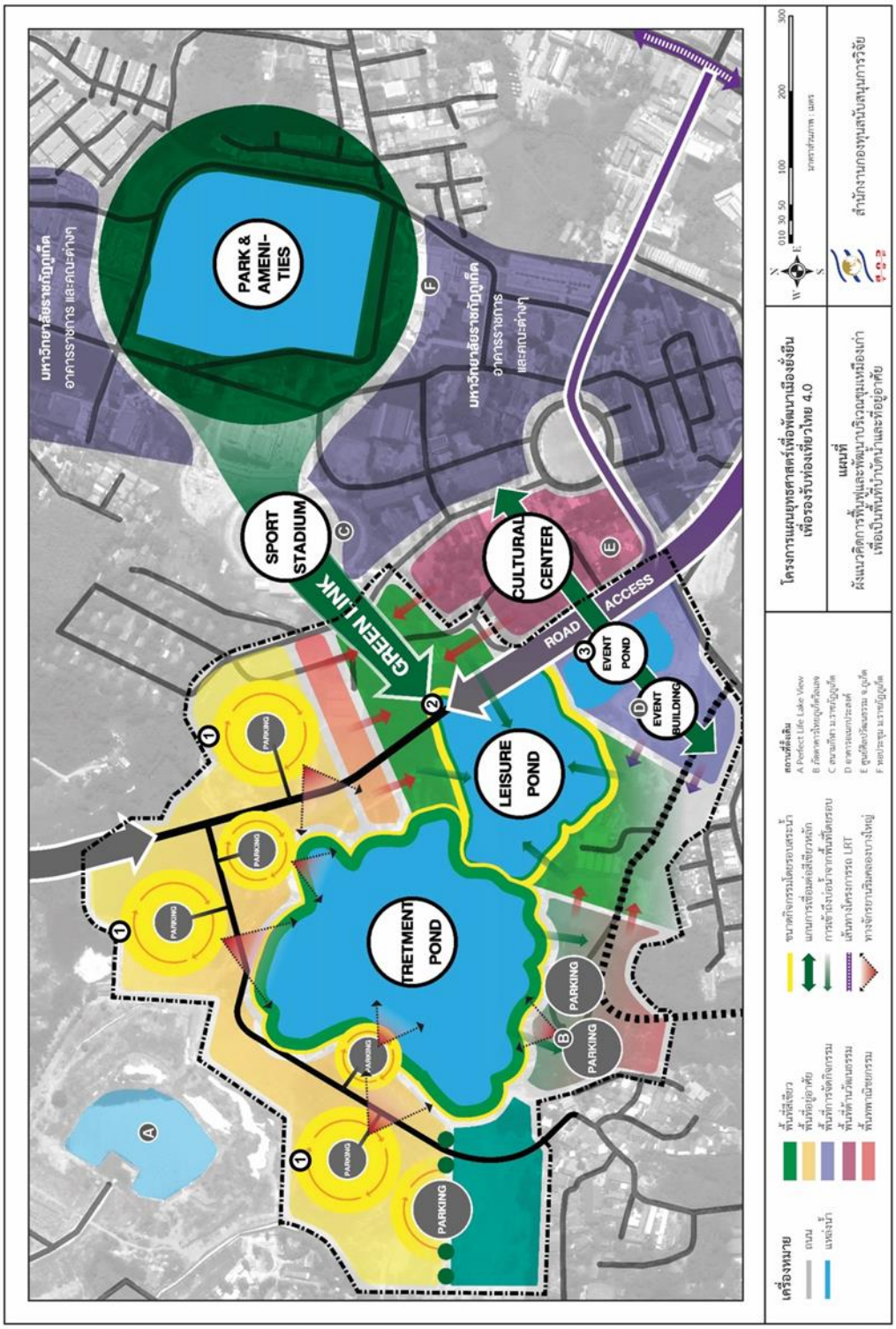
ด้วยปัจจัยข้างต้นจึงสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยรอบขุมเหมือง เพื่อใช้พื้นที่รอบขุมเหมืองได้เต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสร้างบ่อบำบัดน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคจากน้ำในขุมเหมือง เพื่อตอบรับกับปัญหาการขาดแคลนน้ำของจังหวัดภูเก็ต และด้วยตำแหน่งของขุมเหมืองที่อยู่ตอนกลางของจังหวัดภูเก็ต ทำให้เป็นทางเลือกในการพัฒนาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยรองรับแรงงานภาคบริการ ซึ่งทำให้การเดินทางไปยังหาดอันเป็นแหล่งงานมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น



แผนภาพที่ 5-92 แนวคิดการพัฒนาและความสำคัญในการพัฒนาบริเวณขุมเหมืองเก่า

ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณขุมเหมืองเก่าเพื่อเป็นพื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย

- พัฒนาขุมเหมือง เพื่อบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภค และนันทนาการ
- สร้างกิจกรรม และที่อยู่อาศัยโดยรอบโดยมีแนวกันชนสำหรับบ่ออุปโภคบริโภค
- ตัดถนนภายใน เพื่อเชื่อมบล็อกขนาดใหญ่
- พัฒนาที่อยู่อาศัย โดยรอบขุมเหมืองโดยมีระยะกันชนสำหรับบ่อบำบัดเพื่อนำน้ำในขุมเหมืองมาบำบัด
- พัฒนาพื้นที่สีเขียวและกิจกรรมนันทนาการ โดยแยกจากบ่ออุปโภคและเชื่อมต่อสนามกีฬาของ ม.ราชภัฏ
- บ่อสำหรับกิจกรรมรองรับอาคารอเนกประสงค์และศูนย์ศิลปวัฒนธรรม



แผนภาพที่ 5-93 ผังแนวคิดการฟื้นฟูและพัฒนาบริเวณชุมชนเรือนเก่าเพื่อเป็นพื้นที่นำร่องในและพื้นที่อยู่อาศัย

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณขุมเหมือง ม.ราชภัฏภูเก็ต – พื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย

ผังนี้เน้นการพัฒนาอาคารเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย โดยวางแนวอาคารในลักษณะคอร์ต เพื่อให้มีพื้นที่สาธารณะในแต่ละกลุ่มที่อยู่อาศัย อีกทั้งวางอาคารบางส่วนเหลื่อมกัน เพื่อให้สามารถมองเห็นวิวของขุมเหมืองได้ ตัวอาคารที่อยู่ริมขุมเหมืองจะมีความสูงอาคารมากกว่า เพื่อใช้ศักยภาพของการอยู่ริมขุมเหมืองได้เต็มศักยภาพมากที่สุด

แผนภาพที่ 5-94 ผังรายละเอียดการฟื้นฟูและพัฒนาบริเวณชุมชนเมืองเก่าเพื่อเป็นพื้นที่น้ำท่วมและที่อยู่อาศัย

รูปตัดพื้นที่บริเวณขุมเหมือง ม.ราชภัฏภูเก็ต - พื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย

กิจกรรมรอบบ่อบำบัดน้ำและบ่อสำหรับนันทนาการ

แสดงถึงกิจกรรมที่แตกต่างกันของบ่อบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภค และบ่อเพื่อกิจกรรมนันทนาการ โดยบ่อบำบัดน้ำนั้น มีการสร้างแนวกันดิน เพื่อรักษาคุณภาพของน้ำเอาไว้ จึงถูกใช้งานเพียงแค่เชิงทัศนียภาพ การรับชมวิวเป็นต้น มีกิจกรรมการเดินและวิ่งโดยรอบบ่อ

ในขณะที่บ่อเพื่อกิจกรรมนันทนาการนั้นจะมีชานยื่นเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถสัมผัส และพักผ่อนริมน้ำได้มากขึ้น อีกทั้งมีกิจกรรมทางน้ำเพื่อสร้างรายได้แก่พื้นที่นั้น ๆ โดยเป็นกิจกรรมทางน้ำที่สามารถเล่นได้ตลอดปี เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูมรสุม



แผนภาพที่ 5-95 รูปตัดพื้นที่บริเวณขุมเหมือง ม.ราชภัฏภูเก็ต – พื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย

สรุปและอภิปราย

การศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวภูเก็ตในบทนี้เริ่มต้นจากการวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และข้อมูลพื้นฐานทั้งการท่องเที่ยวและการตั้งถิ่นฐานของจังหวัดภูเก็ต ภายใต้ความท้าทายที่ว่า ภูเก็ตที่มีภาพลักษณ์เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวในระดับโลกอยู่แล้ว จะสามารถพัฒนาเมืองขึ้นไปได้อีก เพื่อยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยได้อย่างไร

จากการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ พบว่า ในการออกแบบเมืองท่องเที่ยวโดยการสร้างฉากทัศน์ในอนาคตของภูเก็ตมาเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพิจารณา ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพิจารณาความเป็นไปได้และความเหมาะสมของการเสนอแนวคิดและเป้าหมายของการยกระดับเมืองท่องเที่ยวอย่างภูเก็ตขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง

จากฉากทัศน์ทั้ง 4 ภาพที่ได้เสนอมาก่อนหน้า แสดงให้เห็นว่า ภาพความเป็นไปได้ของเมืองภูเก็ตในฐานะของเมืองท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตมี 4 ภาพ จากการวิเคราะห์รูปแบบการเจริญเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว การเติบโตของโครงสร้างพื้นฐานของเมืองและการท่องเที่ยว และประเด็นปัญหาที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทำให้สามารถสร้างแกนของตรรกะขึ้น 2 ชุด ซึ่งแสดงทางเลือกในการพัฒนา ทางเลือกชุดแรกคือระหว่างการเลือกที่จะพัฒนาเมืองท่องเที่ยวแบบเดิมที่ตอบตลาดการท่องเที่ยวในทุกระดับและในทุกรูปแบบแบบที่เป็น Multi-brand กับทางเลือกที่จะเน้นบางกลุ่มของการท่องเที่ยว โดยควบคุมตลาดและภาพลักษณ์ให้เด่นชัดในบางเรื่อง ส่วนตรรกะชุดที่ 2 ของการสร้างฉากทัศน์คือ ทางเลือกของแนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวระหว่างการพัฒนาโดยเน้นต้นทุนต่ำไว้ก่อน หรือการเน้นการลงทุนกับเมืองท่องเที่ยวเพื่อมุ่งเน้นกลยุทธ์ของการสร้างมูลค่าแม้จะมีการลงทุนที่สูงก็ตาม

จากตรรกะความเป็นไปได้ของภาพอนาคตในทั้ง 2 แกน สิ่งที่จะเกิดขึ้นกับภูเก็ตเป็นไปได้ทั้งภาพของหายนะของการท่องเที่ยวและวิถีชีวิตของผู้คนจนสูญเสียความเป็นเมืองชั้นนำด้านการท่องเที่ยวของประเทศและภูมิภาค โดยปรากฏการณ์หายนะดังกล่าวจะเริ่มขึ้นจาก การติดกับดักรายได้ปานกลางที่ต้องรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ได้รับผลตอบแทนน้อย ซึ่งเป็นผลมาจากการลงทุนด้านการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานแบบขอไปที ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีอยู่ให้หมดไป ขาดต้นทุนในการมาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพชีวิตของที่อยู่ในเมือง ซึ่งแนวทางเช่นนี้เสี่ยงต่อการสูญเสียทรัพยากรการท่องเที่ยวไปอย่างถาวร เมื่อพิจารณาร่วมกับโอกาสเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เคยเกิดขึ้น อาจจะทำให้ภูเก็ตไม่สามารถทำหน้าที่เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศได้อีกต่อไป

ในทางกลับกันการลงทุนและการแก้ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในการตั้งถิ่นฐานและการเดินทางกลายเป็นสิ่งที่ต้องกลับมาทบทวนในฐานะพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวของภูเก็ตมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยไม่ก่อปัญหาทำให้กระทบกับผู้ที่อยู่อาศัย รวมถึงการสูญเสียเสน่ห์และตัวตนของเมืองภูเก็ตไป ฉากทัศน์ดังกล่าวเป็นไปได้ 2 แนวทาง กล่าวคือ ภูเก็ตประสบความสำเร็จกับการสร้างโครงสร้างพื้นฐานและแก้ปัญหาที่อยู่อาศัยและการเดินทาง จนขยายตัวกลายเป็นมหานครแห่งการท่องเที่ยว จนภาพลักษณ์ของเมืองต่างออกไปจากเดิม ซึ่งอาจจะส่งผลต่อราคาที่ดิน และค่าครองชีพ และคุณภาพชีวิตของประชากร เหมือนเมืองที่เป็นนครแห่งการท่องเที่ยวอย่างไมอามี แต่หากขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างเหมาะสม การขยายตัวจากการลงทุน

โครงสร้างพื้นฐาน และการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ดีของการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ให้สอดคล้องกัน ภูเก็ตก็อาจจะเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของภูมิภาคอย่างเมืองรีเวียร่าในฝรั่งเศส

จากภาพฉากทัศน์ที่สร้างขึ้นมา แนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมืองในงานศึกษานี้จึงมุ่งไปที่การยกระดับคุณภาพของเมืองให้บรรลุภาพที่พึงประสงค์ ไปพร้อมกับการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นที่จะทำให้ภูเก็ตตกอยู่ในฉากที่ไม่พึงประสงค์ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งไปที่การพิจารณาพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญทั้งที่เกิดขึ้นใหม่และมีอยู่เดิม โดยนำเอาข้อมูลจากการลงพื้นที่และการประชุมกลุ่มย่อยหลายครั้งมาทดลองสร้างแบรนด์ของเมืองภูเก็ตขึ้นมาใหม่ให้คงความเป็น Multi-brand แต่ฉายภาพให้เห็นยุทธศาสตร์ทั้งหมดในแบรนด์ของเมืองเพียงแบรนด์เดียว เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแนวคิดในทุกจุดไปพร้อมกันและสอดคล้องกัน

ทั้งนี้ทั้งนั้น ภูเก็ตเป็นพื้นที่มีการทำแบรนด์ของการท่องเที่ยวมาหลายครั้ง ทั้งจากการขนานนามของนักท่องเที่ยวเอง หรือจากการที่มีองค์กรหรือหน่วยงานขนานนามให้ และจากการวางจุดเด่นของตัวเองในตลาดของการท่องเที่ยว อาทิ "ไข่มุกแห่งอันดามัน" “Sea, Sand, Sun” “Creative City of Gastronomy” หรือ “Greatest Tropical Destination” แต่ละภาพลักษณ์เป็นความพยายามที่จะนำเสนอเสน่ห์ด้านต่าง ๆ ของภูเก็ตได้อย่างน่าสนใจ หรือแม้กระทั่งกระแสแนวคิดเมืองอัจฉริยะที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ก็มีการพูดถึงภูเก็ตในฐานะ Smart City ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่นิยมแบ่งปันข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนความสนใจต่อการให้บริการและสถานที่ได้อย่างรวดเร็วมากกว่าเดิม ดังนั้น การพัฒนาแบรนด์ในปัจจุบันจึงต้องมีความละเอียดอ่อนมากกว่าการสื่อสารไปยังส่วนที่เป็นตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการทำแบรนด์เมือง ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการพื้นฐานของการวางแนวคิดของการพัฒนาเมืองจากภายในสู่ภายนอก สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจกับการสร้างแบรนด์ของเมืองและมักจะเป็นประเด็นที่คนทั่วไปเข้าใจผิดกันก็คือ การทำหรือการสร้างแบรนด์เป็นเพียงแค่การสร้างหรือสื่อสารตราสัญลักษณ์หรือภาพจำของตัวสินค้าให้กับคนอื่น แต่แท้ที่จริงแล้วการทำแบรนด์เมืองคือการสื่อสารจุดอ่อนจุดแข็งของตัวเองเพื่อตรียมพร้อมกันการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น หรือสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายหรือแนวทางการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมกับตนเอง สำหรับเมืองท่องเที่ยวแล้ว การสร้างแบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่มีภาพลักษณ์ที่หลากหลายอยู่แล้วอย่างเมืองภูเก็ต จึงมีความยากและมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางและภาพรวมให้ได้ชัดเจนในยุคของข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งต่อกันได้อย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันต้องคงไว้ซึ่งความหลากหลาย และการตอบสนองต่อความตระหนักรู้ต่อแบรนด์ของคนหลายกลุ่มให้ได้

การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมเอาข้อมูลและความเข้าใจที่มีต่อภูเก็ตทั้งในฐานะของเมืองท่องเที่ยวและแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และภูมิสัณฐานที่สำคัญมากำหนดเป็นแบรนด์ดีเอ็นเอ (Brand DNA) หรือโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นตัวการกำหนดตัวตนของแบรนด์ ซึ่งในกรณีของภูเก็ต จากคำสำคัญจำนวนมากที่เป็นตัวตนของภูเก็ตในภาพรวมสามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่มคือ

1) ชายหาดที่หลากหลายสวยงาม แต่ละชายหาดมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีภูเขา และป่าต้นยางไปจนถึงป่าชายเลน และทะเลที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศทางทะเลในฝั่งอันดามัน
3) รูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่ยาวนาน มีความหลากหลายของเชื้อชาติ วัฒนธรรม และภาษา มีทั้งเมืองเก่า เมืองใหม่ และหมู่บ้านชาวประมง ที่ยังอยู่ในความทรงจำของผู้คน

ในการนี้ เพื่อให้จดจำและสื่อสารได้ง่ายขึ้น คณะทำงานเลือกเอาคำว่า GEM ที่แปลว่า "อัญมณี" มาแทนคำสำคัญที่กำหนดแบรนด์ของภูเก็ตทั้งหมด โดยที่มาการใช้อักษรตัวหน้าของคำว่า Gorgeous Beach, Experiences of Nature, and Memorable Old Town มารวมกัน นอกจากนี้การเลือกใช้คำว่า GEM หรือ "อัญมณี" เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์เดิมในฐานะเมืองท่องเที่ยวและชายหาดอันบริสุทธิที่เคยภูเก็ตเคยเป็นคือ "ไข่มุกแห่งอันดามัน" ที่ตอนนี้ต้องการการเจียรนัยเพื่อให้เรืองรองใหม่อีกครั้ง รวมถึงคำว่าภูเก็ต ที่มาจากคำว่า "ภูเก็จ" ที่ว่ากันว่าเป็นประหนึ่งเกาะแก้วพิสดารในวรรณกรรมชื่อดังของไทยอย่างเรื่องพระอภัยมณี หรือ "เก็จ" ที่หมายถึง "แก้วอันล้ำค่า" หรือ "อัญมณี" นั่นเอง

เมื่อกำหนดตัวตนและจัดวางตำแหน่งของแบรนด์เมืองได้อย่างเหมาะสมแล้ว การกำหนดแนวคิดของการออกแบบแต่ละพื้นที่ รวมถึงการกำหนด พื้นที่เชิงยุทธศาสตร์เพื่อการขับเน้นแบรนด์ (brand highlight) ให้เป็นกายภาพก็จะทำง่ายขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เราจะสามารถออกแบบเมืองอย่างมีแนวคิดและตรงตามเป้าหมายของการพัฒนาเมืองที่วางไว้ได้อย่างสอดคล้องต้องกันในทุกจุด กรณีของเมืองภูเก็ตเลือกตัวอย่างพื้นที่เพื่อจะเสนอแนวคิดการออกแบบเมืองให้สอดคล้องกับฉากทัศน์ของภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยวภูเก็ต และแบรนด์ GEM มา 3 พื้นที่ ได้แก่ (1) พื้นที่เมืองภูเก็ตที่ประกอบด้วยพื้นที่เมืองเก่าบริเวณถนนถลางและดีบุกเชื่อมโยงไปถึงบริเวณสะพานหิน (2) พื้นที่หาดกะรน และ (3) พื้นที่บริเวณขุมเหมืองเก่า

บริเวณพื้นที่เมืองภูเก็ตเป็นพื้นที่ศึกษาที่สำคัญเนื่องจากเป็นพื้นที่ชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานเป็นเมืองที่มีอยู่เดิมก่อนที่เศรษฐกิจการท่องเที่ยวจะเจริญเติบโต ในปัจจุบันพื้นที่เมืองเก่าบริเวณถนนถลางและดีบุกได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีมิติและเสน่ห์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวตามชายหาดและทะเล

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของเมืองภูเก็ตคือแนวโน้มการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งทั้งที่แก้ปัญหาพื้นฐานของการขนส่งมวลในพื้นที่และเสริมสร้างความเข้มแข็งของการเดินทางเข้าสู่ภูมิภาคถูกนำเสนออย่างต่อเนื่องในพื้นที่ภูเก็ต สนามบินนานาชาติภูเก็ตแห่งที่ 2 ที่จะสร้างขึ้นทางตอนใต้ของจังหวัดพังงาเป็นโครงสร้างพื้นที่ที่จะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของประมาณนักท่องเที่ยวในภูเก็ตและในภูมิภาค ซึ่งประเมินว่าจะนำมาซึ่งการพัฒนาทางตอนเหนือของเกาะภูเก็ต หรืออาจจะทำให้เกิดเมืองใหม่ในบริเวณพื้นที่อำเภอถลาง หากเป็นเช่นนั้นจริง ก็มีความจำเป็นที่ต้องวางกลยุทธ์รองรับการขยายตัวดังกล่าว

อนึ่ง ในปัจจุบัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำลังศึกษาและดำเนินการให้เกิดการลงทุนและการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่เป็นลักษณะรถไฟฟ้ารางเบา (LRT: Light Rail Transit) ในพื้นที่เมืองภูเก็ต ตั้งแต่ตอนเหนือของเกาะหรือบริเวณพื้นที่สนามบินเชื่อมโยงเข้ามาสู่บริเวณเขตอำเภอเมือง เส้นทางรถไฟฟ้าดังกล่าวได้รับความคาดหวังว่าจะช่วยแก้ปัญหาการเดินทางจากสนามบินเข้าสู่ตัวเมืองภูเก็ต ก่อนที่จะกระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้เมืองภูเก็ตเป็นพื้นที่เปลี่ยนถ่ายการขนส่งที่สำคัญ ความสำเร็จและความคุ้มค่าของการลงทุนดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับแผนการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานเพื่อให้เกิดความเข้มข้นของการใช้ประโยชน์ที่ดินตลอดแนวระบบขนส่งมวลชน แนวคิดการพัฒนาที่สำคัญในกรณีนี้คือการพัฒนาพื้นที่รอบสถานี (TOD: Transit Oriented Development) ซึ่งเป็นไปได้ทั้งในพื้นที่เมืองใหม่หรือพัฒนาฟื้นฟูในพื้นที่เมืองเดิม เพื่อให้เกิดแหล่งงานและเพิ่มความหนาแน่นของการพักอาศัย ที่จะนำไปสู่การลดการเดินทางหรือการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลที่นำมาซึ่งปัญหาการจราจรในระยะยาว

ด้วยเหตุผลดังกล่าว หนึ่งในพื้นที่กรณีศึกษาการออกแบบเมืองท่องเที่ยวภูเก็ตในครั้งนี้จึงเลือกสถานการณ์ของการพัฒนาพื้นที่เมืองภูเก็ต ทั้งส่วนที่เป็นเมืองเก่าเชื่อมต่อกับพื้นที่สะพานหินตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้ารางเบาที่ได้วางเอาไว้ เพื่อให้เป็นการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีในรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมและการใช้ประโยชน์ที่ดินเดิมที่มีอยู่รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม

จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาโดยการอนุรักษ์เฉพาะย่านเมืองเก่าบริเวณถนนถลางและดีบุกนั้น ไม่พอเพียงต่อการแก้ปัญหาการเดินทางทั้งในชีวิตประจำวันและการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตต้องพิจารณารวมกับพื้นที่อำเภอเมือง หรือเขตเทศบาลภูเก็ตในภาพรวมที่มีทั้งสวนสาธารณะขนาดใหญ่ ตลาด และศูนย์ขนส่ง การศึกษาการออกแบบเมืองในครั้งนี้จึงเสนอแนวคิดของการเชื่อมโยงพื้นที่สาธารณะและระบบขนส่งมวลชนในพื้นที่ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน อาทิ การสร้างเส้นทางสีเขียวเชื่อมโยงระหว่างเมืองเก่าและพื้นที่พักอาศัยกับพื้นที่สีเขียวและสวนสาธารณะ การจัดหาที่จอดรถ การเปิดทะลุตึกแถวหรือเตี้ยมฉู่ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแนวการเดินในพื้นที่เมืองเก่า การฟื้นฟูแนวคลองประวัติศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่สะพานหิน การจัดเส้นทางรถโพถ้องใหม่ให้สอดคล้องกับตำแหน่งของสถานีที่รถไฟฟ้ารางเบา รวมถึงเสนอทางเลือกของการพัฒนาพื้นที่สะพานหินที่เป็นที่ดินของรัฐให้เป็นศูนย์ประชุมและพื้นที่กิจกรรมของเมือง รวมถึงพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยความ

หนาแน่นปานกลางไปจนถึงสูงเพื่อให้เกิดเป็นตัวอย่างของการพัฒนาพื้นที่รอบศูนย์ขนส่งและจุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจรที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แนวคิดของการพัฒนาพื้นที่สะพานหินมีโอกาสความเป็นไปได้ในอีกรูปแบบหนึ่ง คือการเพิ่มสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งเน้นการศึกษาเฉพาะทางที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ทางทะเล โดยกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อเชื่อมโยงการศึกษาของภูเก็ตให้อยู่ในระดับโลก

สำหรับกรณีศึกษาพื้นที่หาดกะรนนั้น คณะผู้วิจัยได้เลือกมาจากพื้นฐานความเป็นไปได้ตามแบรนด์ GEM ที่ได้สร้างขึ้นมาจากความเป็นเศรษฐกิจวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวริมทะเล รวมถึงฉากทัศน์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกที่มีวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นตัวนำ ดังในพื้นที่รีเวียร่าในประเทศฝรั่งเศสและอิตาลี หาดกะรนเป็นทางเลือกสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างหาดสร้างสรรค์ (creative beach) กับเมืองเก่าและพื้นที่วัฒนธรรมอื่น ๆ ในเกาะภูเก็ต หาดกะรนมีสันฐานที่ยาวมีถนนเลาะเรียบริมหาดตลอดแนว ทำให้กะรนมีพื้นที่หาดยาวและเข้าถึงได้ง่ายจากสาธารณะ เหมือนเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมบนชายหาด การศึกษานี้ได้เสนอแนวคิดการออกแบบที่มุ่งลดข้อจำกัดของหาดที่ยาว โดยวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่เป็นช่วง ๆ ให้เหมาะสมกับระยะทางและสภาพของท้องทะเล โดยจัดให้ในแต่ละช่วงเป็นพื้นที่กิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่างกันออกไปและเชื่อมโยงกับพื้นที่โรงแรมที่พักและการเดินทางที่อยู่เหนือหาดขึ้นไป

นอกจากปัญหาการจราจรแล้ว ปัญหาสิ่งแวดล้อมยังเป็นปัญหาที่สำคัญของการพัฒนาก้าวไปสู่อนาคตที่พึงประสงค์ของภูเก็ตในทุก ๆ ฉากทัศน์ การติดกับดักรายได้เมืองท่องเที่ยวปานกลางส่วนสำคัญเป็นผลมาจากการจราจรและสภาพแวดล้อม ถึงแม้ว่าในอนาคตจะมีระบบขนส่งมวลชนเกิดขึ้นในฝั่งตะวันออกของเกาะ แต่ปัญหาการจราจรก็ยังคงอยู่ เนื่องจากแหล่งงานตามหาดส่วนใหญ่จะอยู่ฝั่งเหนือและฝั่งตะวันออกของเกาะทำให้เกิดเที่ยวการเดินทางจำนวนมาก นอกจากนี้ปัญหาเรื่องน้ำดิบยังเป็นเรื่องสำคัญสำหรับเมืองท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าภูเก็ตประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องของน้ำดิบ การจราจร และการจัดหาที่พักอาศัยให้กับภาคบริการมาโดยตลอด

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการพัฒนารอบขุมเหมืองตามแนวคิดการพัฒนาอย่างบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานเหล่านี้พร้อมกัน โดยอาศัยบริเวณพื้นที่ขุมเหมืองและหุบเขาที่อยู่กลางเกาะเป็นพื้นที่รับน้ำและสะสมน้ำดิบ ในขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาให้เป็นที่พักอาศัยและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดระยะทางการเดินทางข้ามเกาะลง เพื่อให้ลดภาระและข้อจำกัดของการตัดเส้นหรือขยายเส้นทางที่เลาะเลียบริมทะเลฝั่งตะวันตก แต่ให้หันมาเพื่อความเชื่อมโยงกับบริเวณกลางเกาะ แล้วเชื่อมโยงกับการตั้งถิ่นฐานเดิมอยู่แล้วในเขตอำเภอเมือง

โครงการและพื้นที่ศึกษาทั้งสามพื้นที่ที่นำเสนอไปในบทนี้แสดงตัวอย่างแผนงานและโครงการด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่ได้เริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไป แล้วจึงกำหนดแนวคิดและพื้นที่ยุทธศาสตร์เพื่อตอบรับภาพอนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์เมือง รวมไปถึงการออกแบบเมืองเพื่อป้องกันหรือแก้ไขปัญหาพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบันและในอนาคต

บทที่ 6 กรณีศึกษาเชียงราย

การท่องเที่ยวในเมืองชายแดนเป็นอีกเสี้ยวหนึ่งของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความเกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับมิติการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของประเทศ ทั้งการค้าข้ามพรมแดน ความมั่นคง และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในงานศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีเมืองชายแดนสำคัญ 3 แห่งคือ เมืองแม่สาย เมืองเชียงแสน และเมืองเชียงของ สำหรับการวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เมืองท่องเที่ยวสองแห่งคือ เมืองแม่สายและเมืองเชียงของ

ในด้านการท่องเที่ยวนั้น จังหวัดเชียงรายมีชื่อเสียงในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในฐานะจังหวัดที่อยู่ตอนเหนือสุดของประเทศมาช้านาน ในไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาเชียงรายมีชื่อเสียงในฐานะเมืองแห่งศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอยู่ในรูปแบรนด์ "ฮักเชียงราย" ที่มีสัญลักษณ์เป็น "น้องกอดอุ่น" ที่เน้นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายคือ ความหนาว การโอบอุ้มด้วยขุนเขา ความอุดมสมบูรณ์ และความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์เช่นนี้อาจจะไม่ได้ครอบคลุมหรือบ่งชี้เฉพาะของตัวตนของบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่เมือง กรณีศึกษาของเมืองแม่สายและเชียงของในบทนี้ถือเป็นภาพตัวแทนของการออกแบบเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาล เมืองทั้งสองอาจดูเหมือนมีแบรนด์ของพื้นที่อยู่ชัดเจนแล้ว แต่ยังต้องออกแบบเพื่อขับเน้นลักษณะเฉพาะ หรือการออกแบบแบรนด์ย่อย (sub-brand) รวมถึงทำการฟื้นฟูแบรนด์ใหม่ (rebrand) เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไปจากการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รวมถึงเพื่อความชัดเจนในการกำหนดบทบาทของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างเมืองขนาดเล็กตามชายแดนที่มีอยู่หลายเมืองในประเทศไทย

กรณีศึกษาเมืองแม่สายและเมืองเชียงของเป็นเมืองชายแดนที่แม้จะอยู่ในจังหวัดเชียงรายร่วมกัน แต่ทั้งสองพื้นที่มีความแตกต่างกันทั้งภูมิสัณฐาน ลักษณะของพรมแดน ประวัติศาสตร์ความเป็นมา และสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยพื้นฐาน ทำให้กรณีศึกษาทั้งสองแห่งนี้เป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบถึงการออกแบบเมืองว่าแต่ละเมืองต้องการการกำหนดประเด็นการวิเคราะห์ การกำหนดแนวคิด และการกำหนดยุทธศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด แม้ว่าจะมีบริบทของการพัฒนาและการตั้งถิ่นฐานร่วมกันอยู่มากก็ตาม

การศึกษาแนวคิดและแนวทางการออกแบบเมืองท่องเที่ยวในสองพื้นที่นี้ มีลำดับคล้ายกับพื้นที่ศึกษาอื่น โดยเริ่มต้นจากการวิคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว การมองภาพอนาคต การสร้างแนวคิดจากการสร้างแบรนด์เมือง ไปจนถึงการเลือกและออกแบบพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการพัฒนา อย่างไรก็ตาม กระบวนการศึกษาและออกแบบทั้งสองพื้นที่นี้มีความแตกต่างจากกรณีศึกษาอื่นในงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากรูปแบบของการกำหนดภาพอนาคตและการสร้างอัตลักษณ์ของเมือง ไปจนถึงเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวนั้นต่างกับเมืองที่

เป็นจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ในขณะเดียวกันทั้งแม่สายและเมืองเชียงของอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคการท่องเที่ยวที่มีพลวัตสูง แต่ยังไม่ใช่เมืองที่มีภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวที่มีบทบาทเป็นสถานที่พักค้าง ดังนั้น การศึกษาแนวคิดและแนวทางการออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่มีเมืองแม่สายและเมืองเชียงของเป็นกรณีศึกษาในบทนี้มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การเสนอภาพรวมและการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งประเภทและจำนวนนักท่องเที่ยว โครงข่ายการเดินทาง การลงทุนและการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ มรดกทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะภาษาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่ถือว่าเป็นมรดกร่วมกันที่สำคัญในระดับภูมิภาค ไปจนถึงข้อมูลประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐานที่มีประวัติศาสตร์บางส่วนร่วมกัน จนมาถึงบทบาทที่สำคัญทางสังคมเศรษฐกิจในฐานะเมืองชายแดนและด่านพรมแดนที่สำคัญของทั้งเมืองแม่สายและเชียงของในปัจจุบัน
2) การวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่จะทำให้เมืองแม่สายและเชียงของกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์หรือแบรนด์ของเมืองเดิมที่มีอยู่หรือที่ใช้งานอยู่ การวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการเข้าถึง ความเชื่อมโยงกับภูมิภาคและจังหวัดเชียงรายทั้งหมด การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษากลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ ในกรณีเมืองแม่สาย การท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเพียงเศรษฐกิจส่วนหนึ่งของเมืองการค้าชายแดนฝั่งประเทศพม่ารวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ส่วนในกรณีของเชียงของ ในขณะที่เศรษฐกิจการขนส่งยังเติบโตแบบเชื่องช้าและไม่เกิดในพื้นที่เมือง การท่องเที่ยวกลายเป็นเศรษฐกิจสำคัญของเมืองการค้าชายแดนเดิม รวมถึงบทบาทของการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์และการสร้างเมืองน่าอยู่ต่อไป
3) ข้อเสนอการออกแบบเมือง โดยเริ่มต้นการศึกษาความเป็นไปได้ของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวของทั้งสองแห่ง โดยแยกสองพื้นที่ออกจากกัน อย่างไรก็ตาม ประเด็นและแนวคิดในการออกแบบที่สำคัญยังคงอ้างอิงถึงฉากทัศน์ของภาพอนาคตที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของเมืองการค้าชายแดน และการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ในการนี้ คณะวิจัยได้ทดลองพัฒนาแบรนด์เมืองของทั้งสองแห่งขึ้นมา เพื่อเป็นพื้นฐานแนวคิดของการออกแบบเมืองของทั้งสองแห่ง พื้นฐานสำคัญในกระบวนการพัฒนาแบรนด์ในส่วนนี้ คือการค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ของเมืองขึ้นมาใหม่จากพื้นฐานเดิม (rebrand) ไปพร้อมกับการวิเคราะห์รายละเอียดของพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนความเป็นเมืองท่องเที่ยว เป้าหมายหนึ่งคือการเพิ่มการพักค้างในสองพื้นที่นี้ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการนำเสนอตัวอย่างรายละเอียดการออกแบบพื้นที่ท่องเที่ยวที่อิงกับจุดเด่นและรูปแบบทางวัฒนธรรมที่สำคัญของแต่ละเมือง

การออกแบบเมืองท่องเที่ยวแม่สายและเมืองเชียงของในงานนี้ นับเป็นตัวอย่างของกรณีศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดและแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์เมืองที่เคยอยู่บนพื้นฐานเศรษฐกิจบริการแบบหนึ่งให้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ส่วนหนึ่งของเมืองให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวได้อย่างมีเสน่ห์และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศไทยมาเป็นเวลานาน ทั้งในด้านความมั่นคงและด้านเศรษฐกิจ เนื่องด้วยตำแหน่งที่ตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทยและมีจุดเข้าออกกับประเทศเพื่อนบ้าน ความเป็นเมืองพรมแดนจึงเป็นคุณลักษณะสำคัญของจังหวัดเชียงราย ในด้านการท่องเที่ยวเอง จังหวัดเชียงรายถือว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความพร้อมในด้านทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว นับตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้วยลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มและเทือกเขา มีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำและน้ำตกอันงดงามหลายแห่ง มีเทือกเขาผีปันน้ำที่เป็นพรมแดนกั้นประเทศพม่าจนถึงด้านทิศเหนือ และในด้านแหล่งอารยธรรมล้านนา และความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านผ่านระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงภายในภูมิภาค นอกจากนี้ เชียงรายถือเป็นจังหวัดที่มีเมืองชายแดนอยู่หลายแห่ง เช่น แม่สาย เชียงแสนและเชียงของ ซึ่งทั้งสามแห่งมีการค้าชายแดนเป็นฐานเศรษฐกิจสำคัญ โดยมีเมืองแม่สายเป็นเมืองค้าขายระหว่างประเทศที่สำคัญมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ เชียงรายยังเป็นจุดแรกที่แม่น้ำโขงไหลผ่านประเทศไทย และเป็นพรมแดนกั้นกลางระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทำให้ที่ตั้งของเมืองชายแดนในเชียงรายมีอัตลักษณ์และตัวตนของพื้นที่ที่มาพร้อมกับตำแหน่งที่ตั้งดังกล่าว

ในด้านของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนได้หลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ จังหวัดเชียงรายยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา แต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ ก่อเกิดแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นเสน่ห์ที่ทำให้จังหวัดเชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย, 2560)

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายพิจารณาได้จากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย ซึ่งเพิ่มขึ้นแทบโดยตลอด แม้มีลดลงอยู่บ้างใน พ.ศ. 2557 เนื่องจากในช่วงเดือนพฤษภาคมได้เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวขึ้นที่จังหวัดเชียงราย สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนค่อนข้างทรงตัว กล่าวคือ มีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ไม่มาก ถ้าพิจารณาจากสัดส่วนแล้ว นักท่องเที่ยวไทยจะอยู่ที่ร้อยละ 80 เศษมาตลอด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะอยู่ที่ราว ๆ ร้อยละ 80

ตารางที่ 6-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายระหว่างปี 2556 – 2560

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)					
		2556	2557	2558	2559	2560
ชาวไทย	จำนวน	2,383,306	2,351,184	2,521,249	2,633,051	2,811,731
	สัดส่วน (%)	82	82	82	82	83
ชาวต่างชาติ	จำนวน	526,498	517,824	557,727	559,059	590,660
	สัดส่วน (%)	18	18	18	18	17
รวม		2,909,804	2,869,008	3,078,976	3,192,110	3,402,391

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. 2560.

รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายใน พ.ศ. 2560 อยู่ที่ประมาณ 25,507 ล้านบาท แยกเป็นรายได้จากคนไทย 19,418 ล้านบาท และชาวต่างชาติ 6,089 ล้านบาท ข้อสังเกตที่สำคัญคือ แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นไม่มากนัก แต่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในระหว่าง พ.ศ. 2559-2560 รายได้ในกลุ่มนี้เพิ่มสูงขึ้นถึง 1,760 บาท

ตารางที่ 6-2 จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายระหว่างปี 2556-2560

กลุ่มนักท่องเที่ยว	รายได้ (ล้านบาท)				
	2556	2557	2558	2559	2560
ชาวไทย	15,777.28	15,545.46	17,379.53	17,173.56	19,418.27
ชาวต่างชาติ	4,951.41	4,878.37	5,468.55	5,574.46	6,089.06
รวม	20,728.69	20,423.83	22,848.08	23,748.02	25,507.33

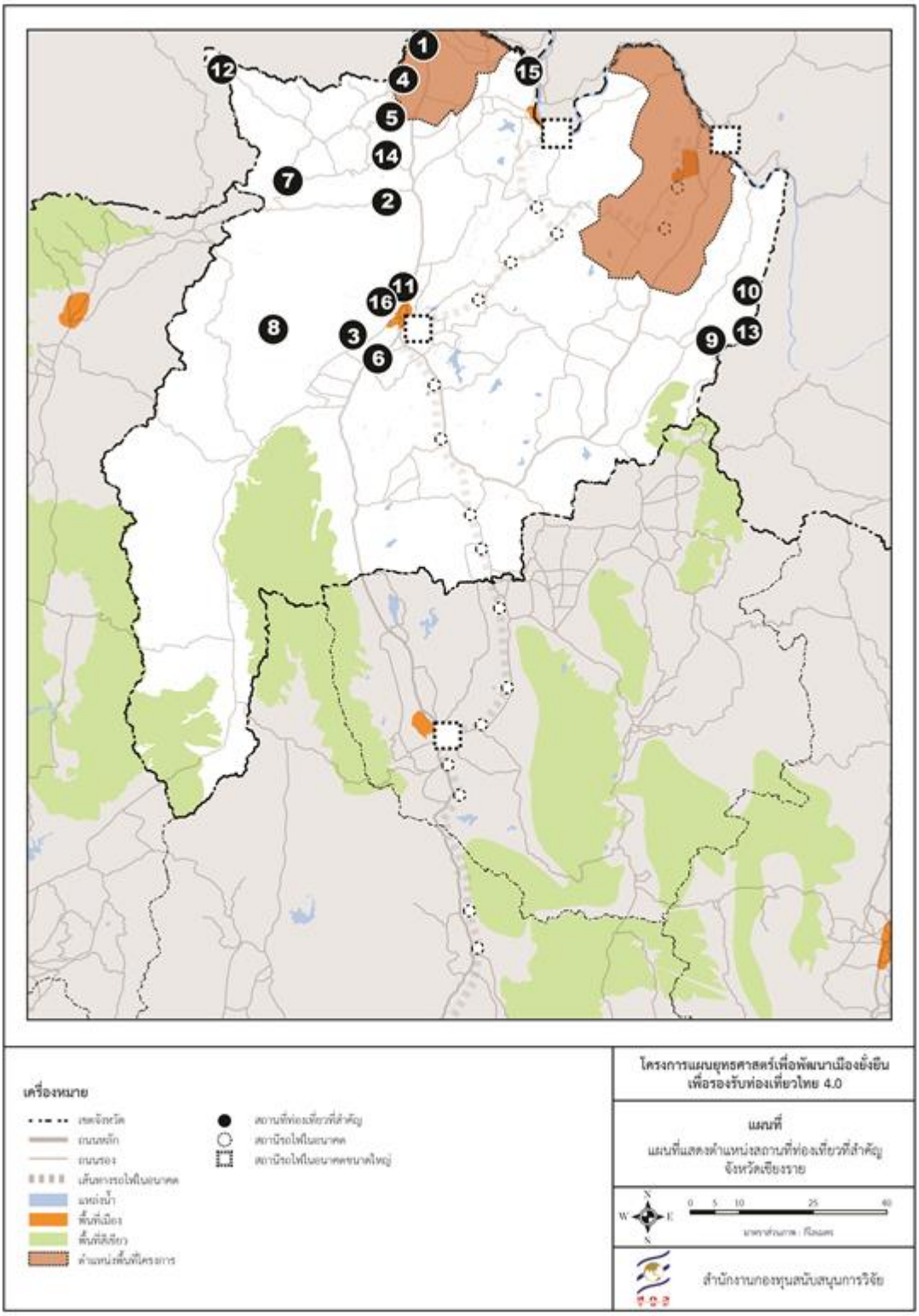
ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. 2560.

จากข้อมูลจากสำนักงานปกครองจังหวัดเชียงราย โรงแรมที่จดทะเบียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 236 แห่งใน พ.ศ. 2557 เป็น 261 แห่งใน พ.ศ. 2558 และเพิ่มสูงขึ้นอีกเป็น 285 แห่ง ใน พ.ศ. 2559 โดยโฮมสเตย์ที่จดทะเบียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 34 แห่งใน พ.ศ. 2557 เป็น 40 แห่งใน พ.ศ. 2559 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.7 และเกสต์เฮ้าส์ที่จดทะเบียนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกันจาก 76 แห่ง ใน พ.ศ. 2557 เป็น 79 แห่ง ใน พ.ศ. 2559 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดเชียงรายที่จะรองรับการท่องเที่ยวได้มากขึ้น ด้วยความหลากหลายของที่พัก โดยเฉพาะโฮมสเตย์และเกสต์เฮ้าส์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้ดี

ด้วยเหตุที่จังหวัดเชียงรายสามารถเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้และมีเศรษฐกิจการค้าชายแดนที่เข้มแข็ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาถึงจังหวัดเชียงรายจึงมักข้ามแดนไปเที่ยวในฝั่งประเทศเพื่อนบ้านด้วยเสมอ โดยเฉพาะที่อำเภอแม่สายที่นักท่องเที่ยวมักข้ามแดนไปเที่ยวที่ฝั่งท่าขี้เหล็กในประเทศเมียนมาเป็นปกติ ในขณะเดียวกันก็มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังอำเภอแม่สายโดยผ่านด่านท่าขี้เหล็กเป็นจำนวนไม่น้อย จากสถิติการเข้า-ออกราชอาณาจักร ณ ด่านแม่สาย-ท่าขี้เหล็กโดยใช้หนังสือผ่านแดนชั่วคราวระหว่างปี พ.ศ. 2556-2560 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็ลดลงอย่างมากใน พ.ศ. 2560 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้ เดือนที่มากที่สุดจะอยู่ในช่วงฤดูท่องเที่ยว (มกราคมและธันวาคม) และหากไม่นับรวมชาวพม่า ชาวเกาหลีใต้ถือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางเข้า-ออกจุดนี้รองลงมาและขึ้นมาแทนที่ชาวอเมริกันในช่วง พ.ศ. 2556 - 2557 โดยกลุ่มประเทศที่มีคนชาติตนผ่านเข้า-ออกในระดับเกิน 5,000 คนต่อปีประกอบด้วยจีน อังกฤษ และญี่ปุ่น ส่วนชาวมาเลเซียมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่เชื่อมโยงเป็นโครงข่ายแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีดังนี้

- ตลาดแม่สาย
- บ่อน้ำพุร้อนป่าตึง
- สิงห์ ปาร์ค
- พระธาตุดอยตุง
- พระตำหนักดอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง
- วัดร่องขุ่น
- ดอยแม่สลอง
- ดอยวาวี
- วนอุทยานภูชี้ฟ้า
- ดอยผาตั้ง
- พิพิธภัณฑ์บ้านดำ
- ดอยหัวแม่คำ
- ภูชี้ดาว
- ไร่ชาฉุยฟง
- สามเหลี่ยมทองคำ
- วัดห้วยปลากั้ง



แผนภาพที่ 6-1 แผนที่แสดงตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดเชียงราย

ศักยภาพการเชื่อมต่อของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย

ลักษณะโครงข่ายจังหวัดเชียงรายนั้นมีลักษณะเป็นลูป หรือวนกลับมาที่เดิม ทำให้เหมาะแก่การท่องเที่ยวล่องโดยไม่ต้องกลับทางเดิม แต่ปัจจุบันนิยมท่องเที่ยวกระจายออกจากเชียงรายและกลับมาทางเดิม เช่น แม่สาย - เชียงราย ตามแนวถนนพหลโยธินที่มีการเดินทางสะดวก และมีการกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง เช่น พระธาตุดอยตุง พระตำหนักและสวนแม่ฟ้าหลวง นอกจากนั้นแม่สายยังสามารถเชื่อมต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น สามเหลี่ยมทองคำ

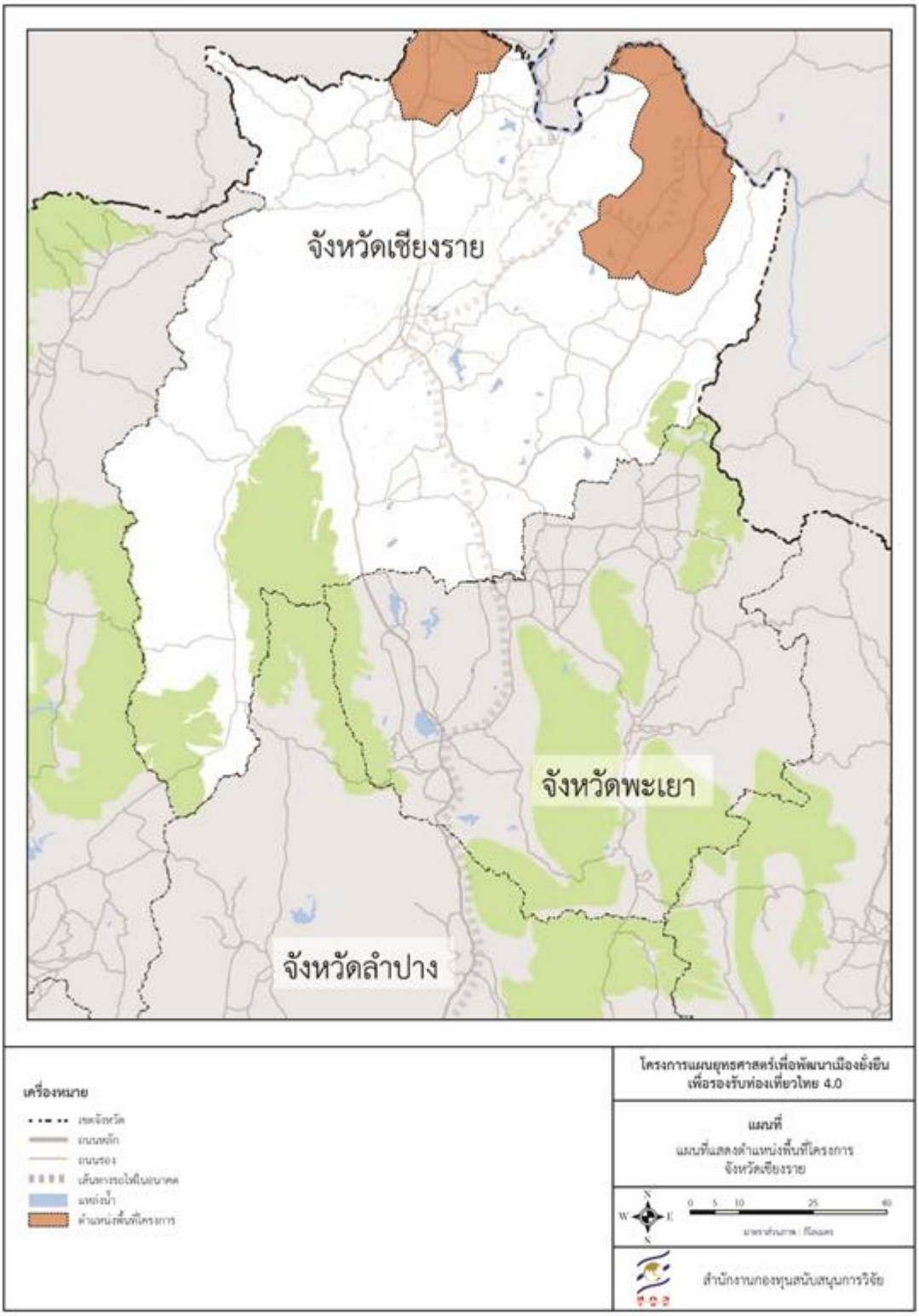
ในขณะที่เชียงของนั้นไม่นิยมในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดหมาย เนื่องจากอยู่ไกล ขาดกิจกรรมโดดเด่น และขาดแหล่งท่องเที่ยวระหว่างทาง นักท่องเที่ยวจึงยังไม่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเท่าที่ควร ถูกใช้เพื่อเป็นทางผ่านไปยังลาวเสียเป็นใหญ่

ศักยภาพการเชื่อมต่อของแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

เมืองเชียงแสนและเมืองเชียงของเป็นเมืองที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศข้างเคียงได้ เช่น ตามแม่น้ำโขง หรือสามารถขับรถคาราวานไปตามประเทศต่าง ๆ ได้ โดยมีจุดแวะพักที่เหมาะสม โดยเชียงแสนและเชียงของนั้นมุ่งเน้นการเชื่อมต่อจีน และลาวเป็นหลัก โดยเชียงของอยู่ในแนวโครงข่ายทางหลวงอาเซียน AH3 ไปยังลาว โดยในส่วนของแม่สายนั้นสามารถเชื่อมต่อไปยังพม่า และยังคงเป็นเส้นทางการค้าที่สำคัญ ในแนวโครงข่ายทางหลวงอาเซียน AH2

ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดเชียงราย

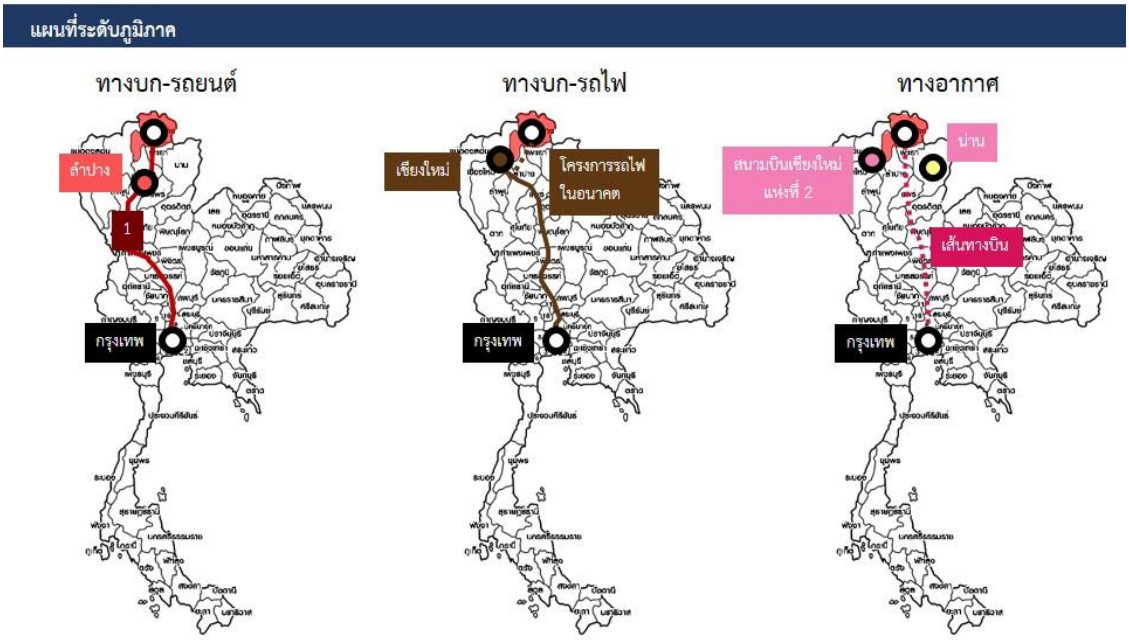
จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีภูมิศาสตร์อยู่ทางเหนือสุดของประเทศ ที่ตั้งของเมืองมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่ยุคก่อตั้งอาณาจักรล้านนา เช่น เมืองเงินยาง เมืองเชียงแสน เมืองเชียงราย เมืองเชียงรายเป็นพื้นที่ดั้งเดิมของชาวไทยวน ปัจจุบันจังหวัดเชียงรายแบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ มีน้ำแม่กก น้ำแม่อิง แม่น้ำรวก และแม่น้ำโขง เป็นแม่น้ำสายสำคัญ ทำเลที่ตั้งของจังหวัดเชียงรายอยู่บริเวณรอยต่อระหว่าง 3 ประเทศ คือ ประเทศไทย ประเทศพม่า และประเทศลาว หรือรู้จักกันในนามของดินแดนสามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งอดีตเป็นแหล่งผลิตฝิ่นที่สำคัญของโลก ปัจจุบัน จังหวัดเชียงรายได้รับความสนใจในฐานะประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้ผ่านทางหลวงเอเชียสาย 2 และทางหลวงเอเชียสาย



แผนภาพที่ 6-2 แผนที่แสดงตำแหน่งพื้นที่โครงการจังหวัดเชียงราย

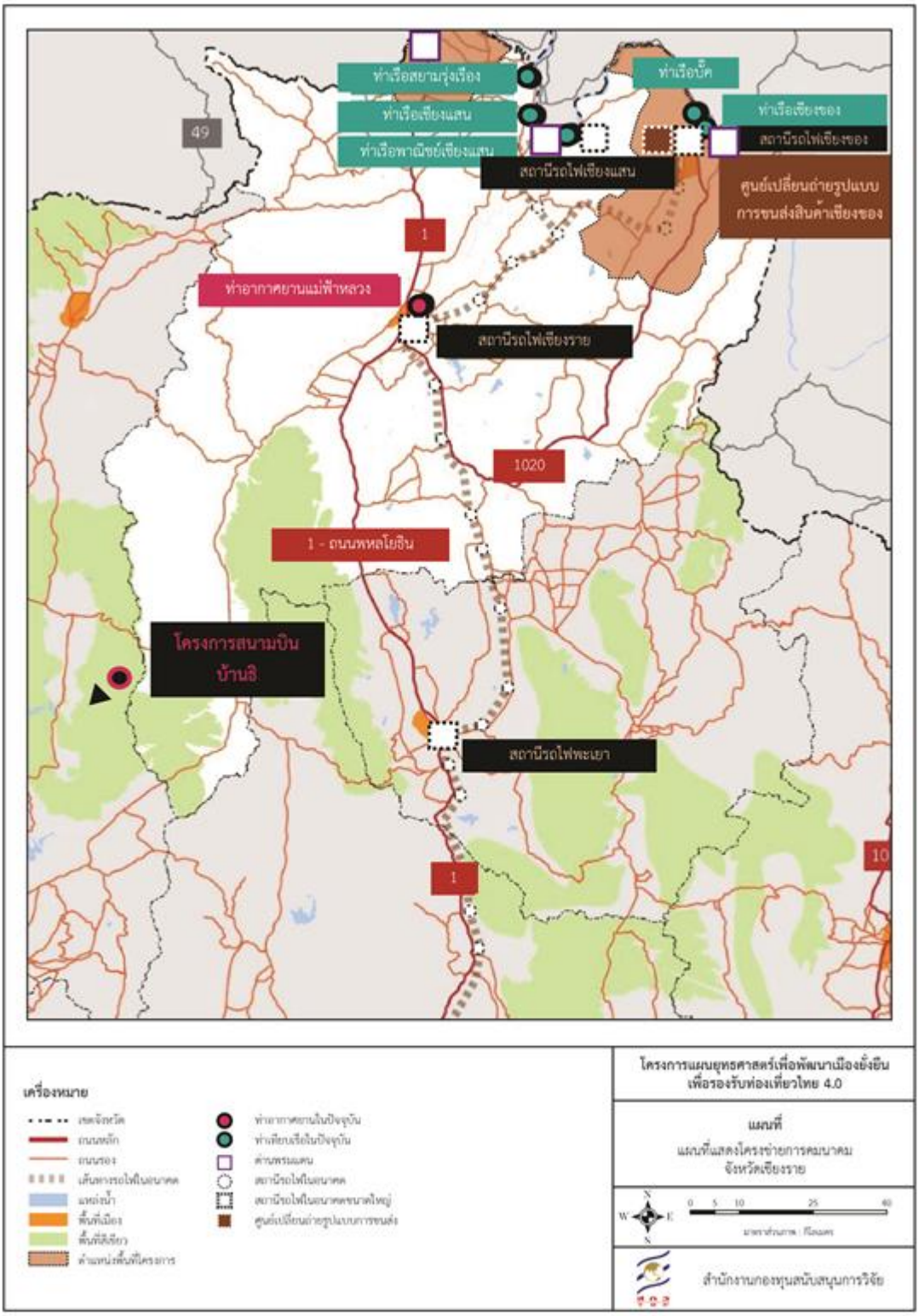
การคมนาคมและการขนส่ง

การเข้าถึงทางบกของจังหวัดเชียงรายนั้น สามารถเข้าถึงได้ด้วยถนนพหลโยธิน หรือทางหลวงหมายเลข 1 และทางหลวงหมายเลข 1020 ซึ่งในอยู่โครงข่ายทางหลวงอาเซียน AH2 และ AH3 ตามลำดับ และเนื่องจากเป็นจังหวัดเหนือสุดของประเทศไทย จึงต้องใช้เวลาในการเดินทางจากเมืองใหญ่ที่อยู่ใกล้เคียงไม่ต่ำกว่า 3 – 4 ชม. ทำให้การเดินทางมาที่เชียงรายนั้น เป็นจุดหมายที่แยกตัวออกจากจังหวัดโดยรอบ หรือเป็นทางผ่านในการเชื่อมต่อสู่ประเทศเพื่อนบ้าน



แผนภาพที่ 6-3 ระบบการคมนาคมและการขนส่ง ระดับภูมิภาค

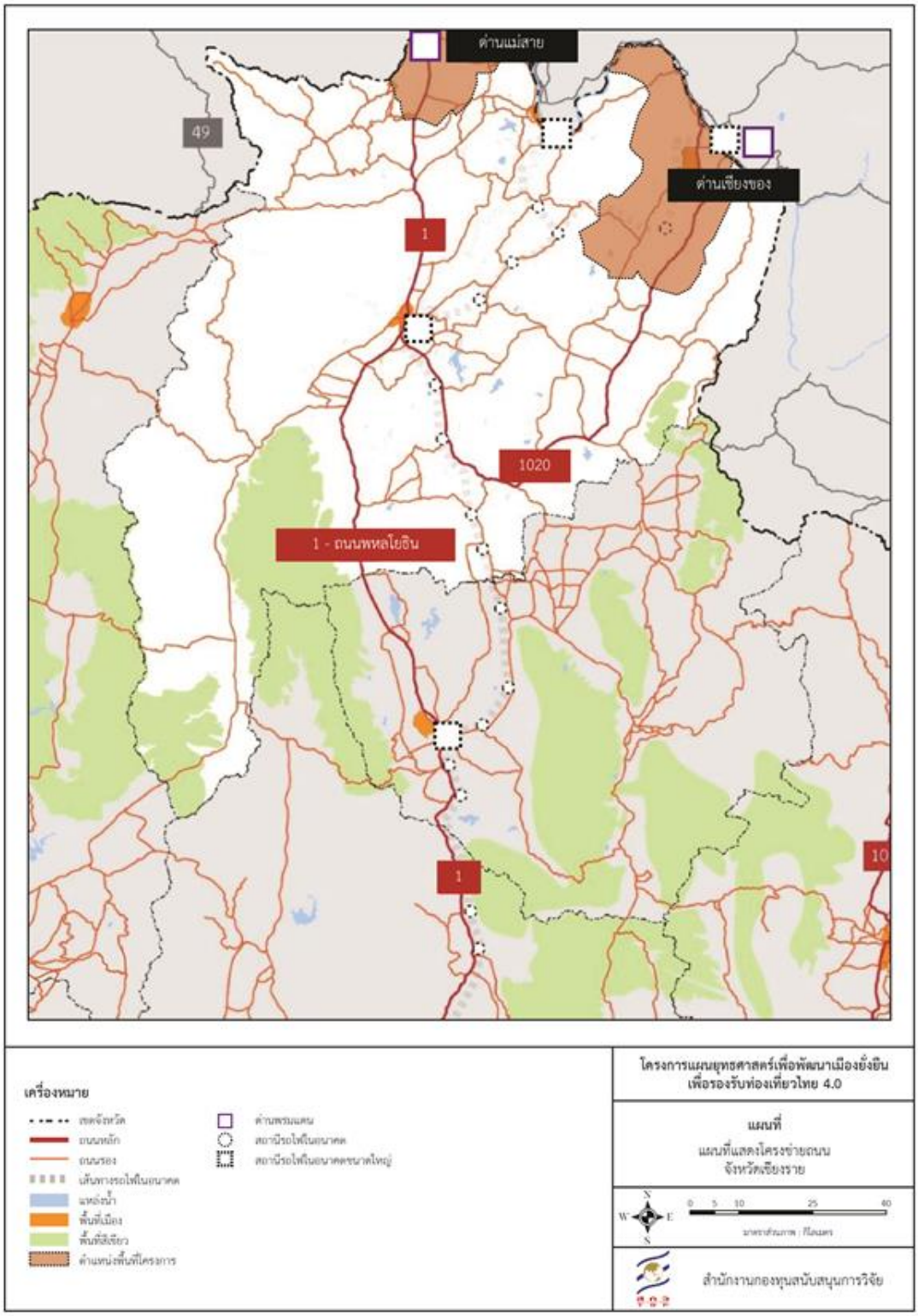
การเดินทางภายในจังหวัดเชียงรายเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีขนาดที่ใหญ่ และต้องเดินทางลัดเลาะไปตามภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและที่ราบเชิงเขา ทำให้เส้นทางขับรถในแนวเหนือใต้มีความสะดวกและปลอดภัย กว่าการขับในแนวตะวันออกตก ที่เป็นทางขึ้นเขาและคดเคี้ยว นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวสัมพันธ์กับธรรมชาติ ซึ่งอยู่ห่างกัน การเดินทางด้วยรถประจำทางนั้นยังไม่ค่อยนิยม เนื่องจากจำเป็นต้องเดินทางหลายต่อ และสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ห่างจากตัวเมือง จึงจำเป็นต้องเหมารถเพื่อไปถึงอยู่สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ดี ทำให้การท่องเที่ยวบนถนนพหลโยธินระหว่างแม่สายและเชียงรายนั้นเป็นที่นิยม และเกิดแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง



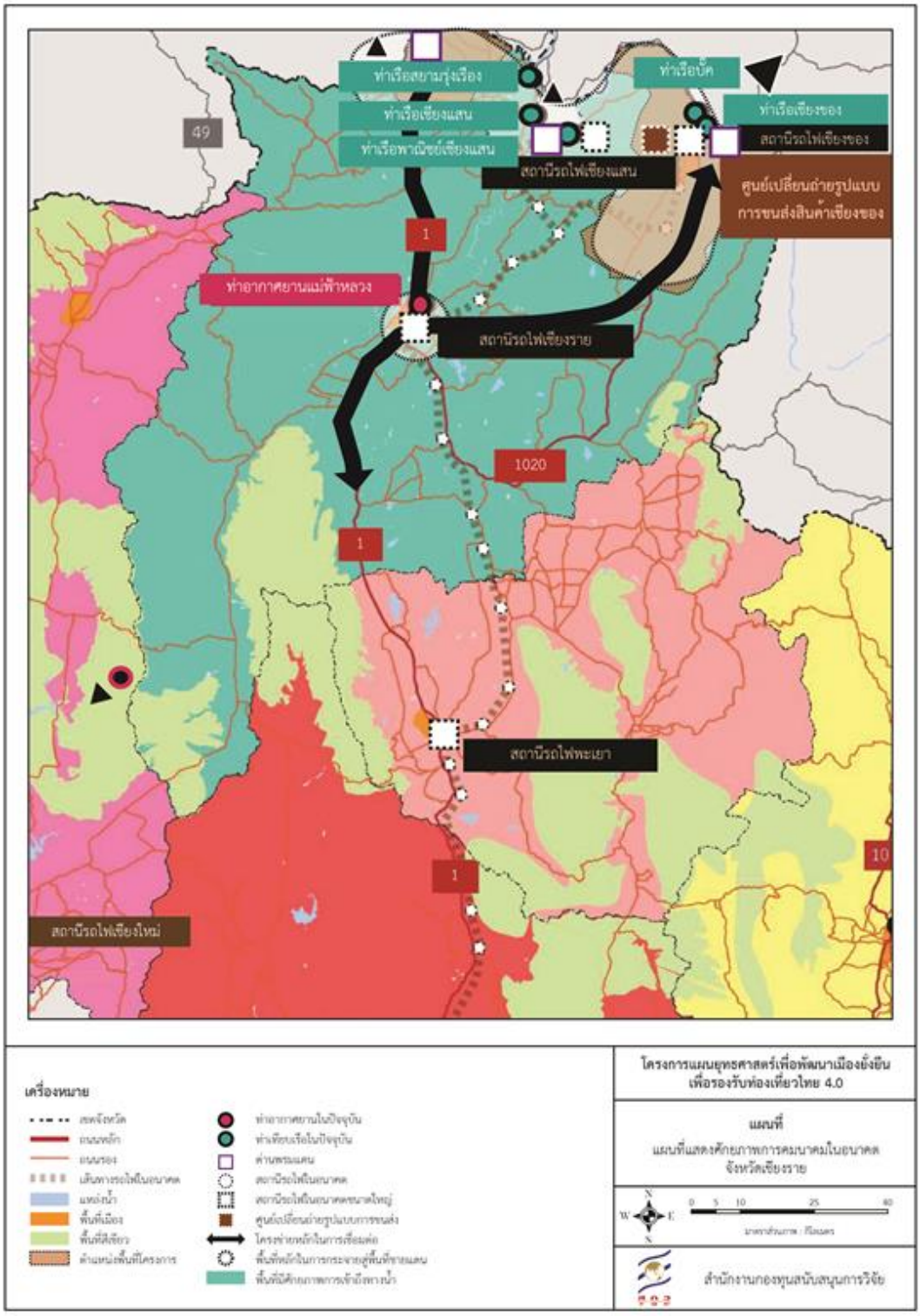
แผนภาพที่ 6-4 แผนที่แสดงโครงข่ายการคมนาคม จังหวัดเชียงราย

เชียงรายมีจุดผ่านแดนที่สามารถเดินทางทางบกได้ 2 จุด คือ ด่านพรมแดนแม่สาย และด่านพรมแดนเชียงของ (สะพานมิตรภาพไทย–ลาว) การเดินทางด้วยรถยนต์ระหว่างประเทศที่ผ่านด่านพรมแดนที่เชียงของเคยมีบันทึกการเดินทางทั้งไปและกลับของนักท่องเที่ยวจีนเคยมากถึง 400 – 600 คัน โดยมักเป็นรถตู้นอน ไปและออกด่านนี้ไม่เกิน 30 วัน ซึ่งในช่วงเทศกาลของจีน จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่า โดยในช่วงเทศกาลจะท่องเที่ยวประมาณ 7 วัน มักเป็นวัยหนุ่มสาวและวัยกลางคน ทำให้เมืองเชียงของเป็นเมืองชายแดนที่พึ่งพิงกับนโยบายการพัฒนาของประเทศเพื่อนบ้านและลุ่มแม่น้ำโขง รวมไปถึงข้อกำหนดในการเดินทางข้ามประเทศด้วย

นอกจากนี้ภาครัฐสนับสนุนการพัฒนาเชียงของเป็น Logistic Hub ประตูการค้าในแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ทำให้มีตัวเลขเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยโครงการพัฒนาที่เกิดขึ้นในอนาคต เช่น โครงการรถไฟสายเด่นชัย-เชียงของ ต่างมุ่งเน้นในด้านโลจิสติกส์เป็นหลัก มากกว่าการท่องเที่ยว

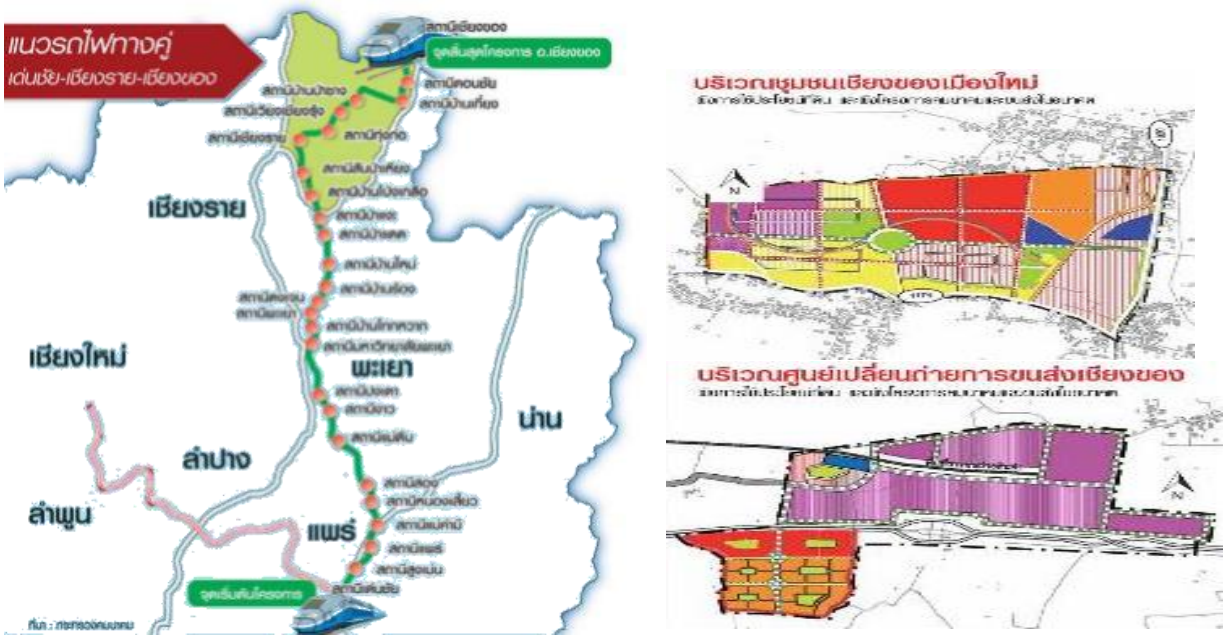


แผนภาพที่ 6-5 แผนที่แสดงโครงข่ายถนน จังหวัดเชียงราย

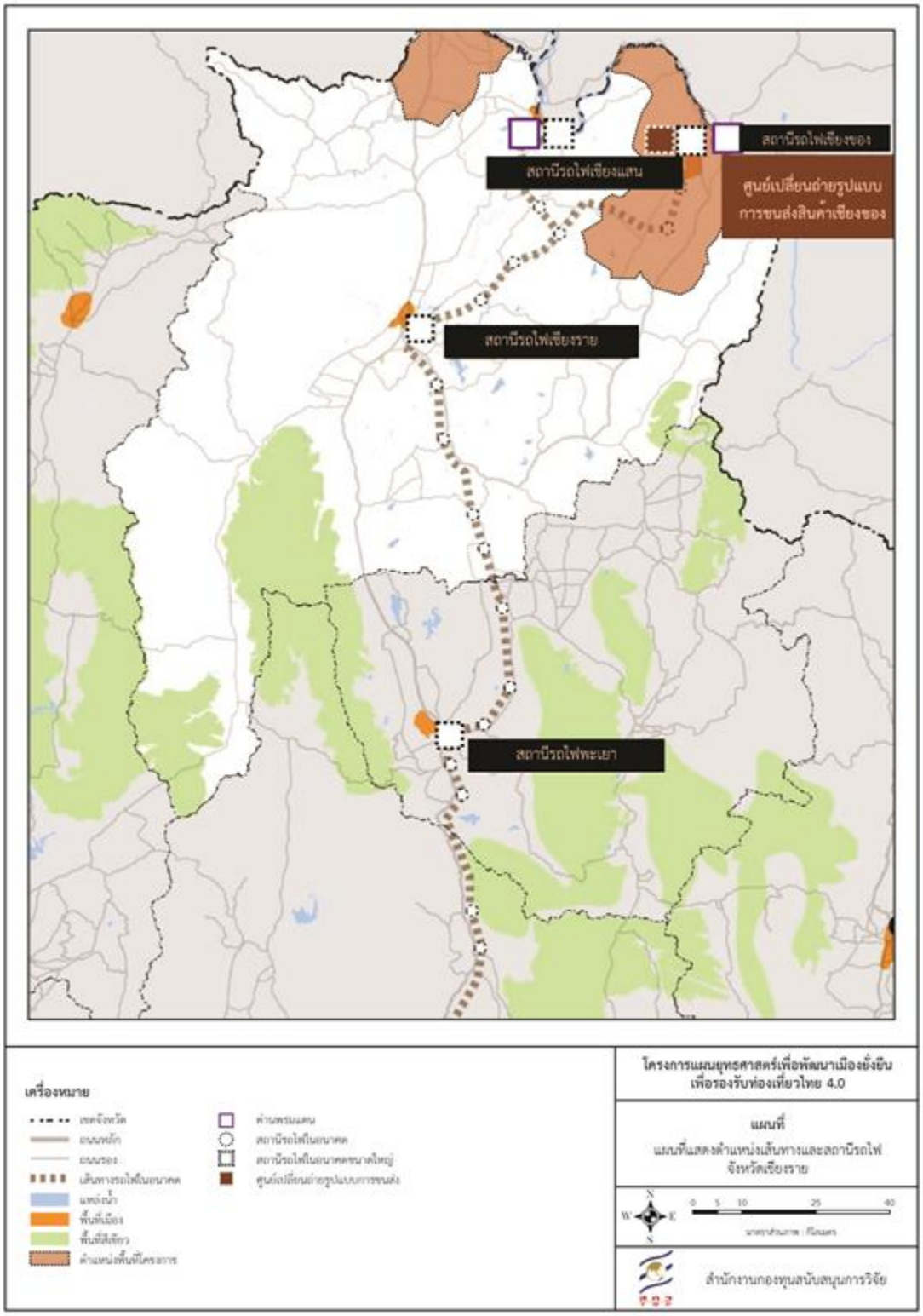


แผนภาพที่ 6-6 แผนที่แสดงศักยภาพการคมนาคมในอนาคต จังหวัดเชียงราย

สำหรับการเดินทางทางรถไฟ ในปัจจุบันจังหวัดเชียงรายไม่มีเส้นทางรถไฟอยู่ภายในพื้นที่ แต่ในอนาคตจะมีการพัฒนารถไฟรางคู่สายเด่นชัย - เชียงของ ก่อสร้างในปี 2562-2566 ระยะทาง 323 กม. 26 สถานี วงเงินลงทุน85,345 ล้านบาท พัฒนาเพื่อรองรับการเดินทาง การค้าชายแดน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ภาคเหนือตอนบน รวมถึงรองรับศูนย์เปลี่ยนถ่ายสินค้าเชียงของ เชื่อมการค้าระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้จากประเทศไทย ไปสปป.ลาว พม่าและจีนตอนใต้ และเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ตามนโยบายของรัฐบาล



แผนภาพที่ 6-7 ภาพแสดงแนวรถไฟทางคู่ บริเวณชุมชนเชียงของเมืองใหม่ และบริเวณศูนย์เปลี่ยนถ่ายการขนส่งเชียงของ



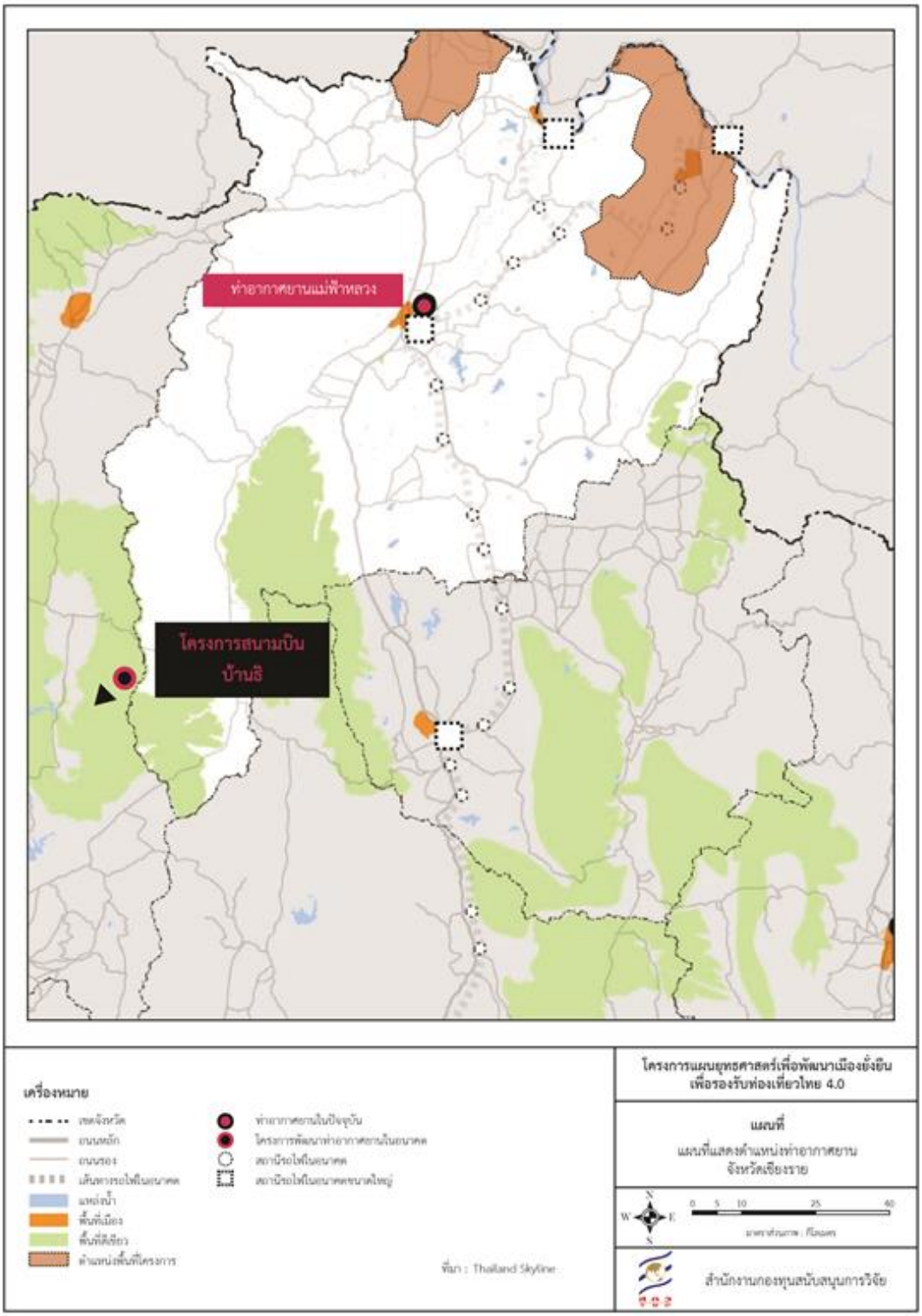
แผนภาพที่ 6-8 แผนที่แสดงตำแหน่งเส้นทางและสถานีรถไฟ จังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายมีท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เป็นสนามบินประจำจังหวัดเชียงราย โดยปัจจุบันมีผู้โดยสาร 2.8 ล้านคนต่อปี และมีจำนวนเที่ยวบิน 2 หมื่นเที่ยวบิน (ข้อมูลใน พ.ศ.2561) เติบโตขึ้นประมาณ 20% ต่อปี โดยมีแผนขยายสนามบินออกเป็น 3 ระยะ สามารถรองรับผู้โดยสาร 3.7 ล้านคนต่อปี ได้ถึง พ.ศ. 2578 โดยมีงบประมาณอยู่ที่ 6,000 ล้านบาท

นอกจากนั้นยังมีโครงการสนามบินเชียงใหม่แห่งที่ 2 ที่อำเภอบ้านธิ-สันกำแพง จังหวัดลำพูน ขนาด 7,000 ไร่ สามารถรองรับผู้โดยสารได้ปีละ 10-15 ล้านคน คาดการณ์จะแล้วเสร็จภายใน พ.ศ.2566 โดยมีงบประมาณอยู่ที่ 60,000 ล้านบาท ซึ่งสนามบินเชียงใหม่แห่งที่ 2 นั้นมีขีดความสามารถการรองรับ และจำนวนผู้โดยสารแตกต่างจากเชียงรายอย่างเห็นได้ชัด โดยใช้เวลาเดินทางจากสนามบินเชียงใหม่แห่งที่ 2 มาถึงเมืองเชียงราย ประมาณ 4-5 ชั่วโมง

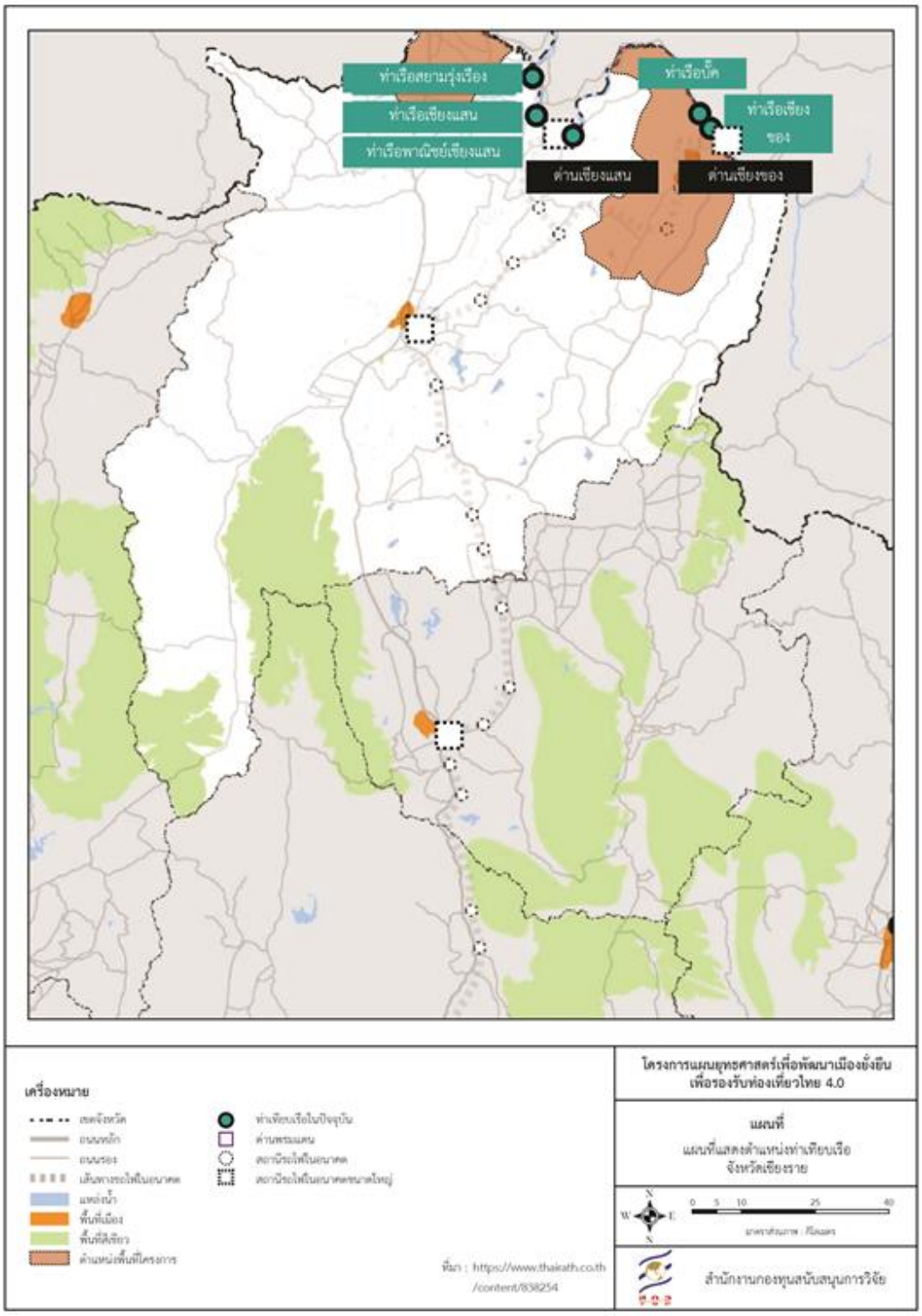


แผนภาพที่ 6-9 โครงการสนามบินเชียงใหม่แห่งที่ 2
ที่มา : Thailand Skyline



แผนภาพที่ 6-10 แผนที่แสดงตำแหน่งท่าอากาศยาน จังหวัดเชียงราย

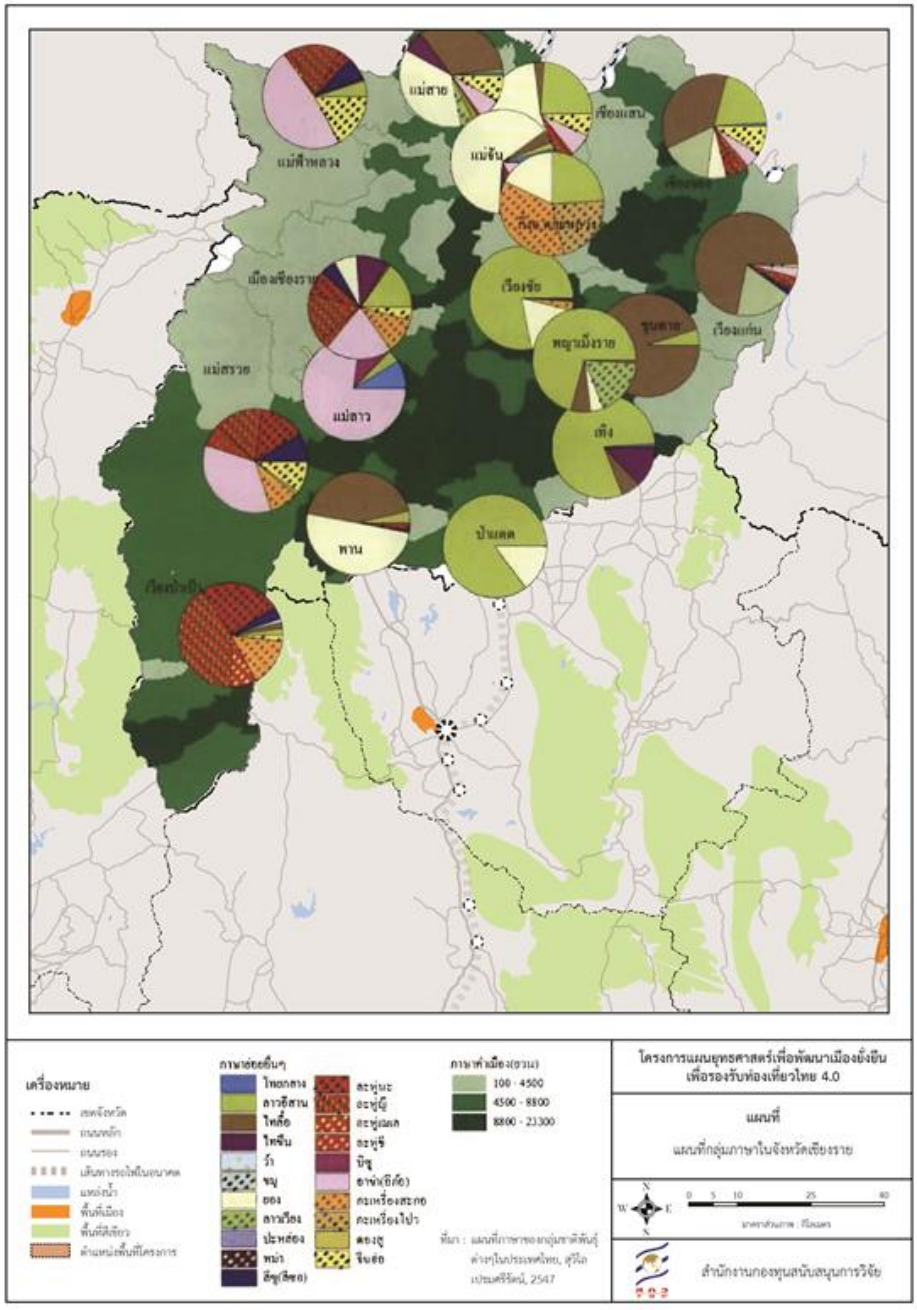
ทางน้ำ จังหวัดเชียงรายติดกับแม่น้ำโขง อันเป็นพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างประเทศไทยกับประเทศลาว และสามารถเดินเชื่อมต่อไปถึงจีนทางตอนใต้ โดยมี 2 เมืองที่ติดกับแม่น้ำโขงได้แก่ เมืองเชียงแสน และเชียงของ โดยพื้นที่บริเวณแม่น้ำโขง ระหว่างเชียงแสนและเชียงของมีลักษณะเป็นแก่ง ทำให้ไม่สามารถเชื่อมต่อกันทางเรือได้ดีนัก ที่ผ่านมาได้มีโครงการระเบิดแก่งแม่น้ำโขง เพื่อให้เรือขนาด 500 ตันสามารถเดินเรือได้สะดวก จำเป็นต้องระเบิดแก่ง 13 แห่ง อีกทั้งมีโครงการท่าเรือสินค้าและท่าเรือโดยสาร ตั้งแต่จีน-พม่า เพื่อส่งเสริมการค้าในอนาคต อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงดังกล่าวยังอยู่ในการพิพาทกับชุมชนในความคุ้มค่าของการระเบิดแก่ง และการทำลายระบบนิเวศ เพราะมูลค่าการค้าผ่านแดนไทยในจีนใน พ.ศ. 2559 บริเวณด่านเชียงแสนและเชียงของอยู่ที่ 3.5 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นเพียงแค่ 3% ของการค้าชายแดนทั้งหมด



แผนภาพที่ 6-11 แผนที่แสดงตำแหน่งท่าเทียบเรือ จังหวัดเชียงราย

กลุ่มภาษาในจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายมีกลุ่มภาษากว่า 21 กลุ่ม ซึ่งหลากหลายที่สุดในภาคเหนือ โดยมี 10 ชนเผ่าอยู่ภายในแม่สาย แสดงถึงสังคมพหุวัฒนธรรมของแม่สาย กลุ่มภาษาในพื้นที่แยกออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

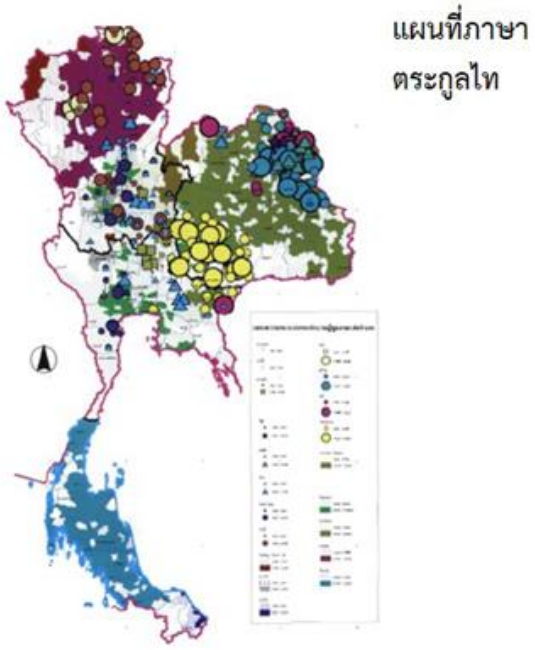


แผนภาพที่ 6-12 แผนที่กลุ่มภาษาใน จังหวัดเชียงราย

ที่มา : แผนที่ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย, สุวิไล เปรมศรีรัตน์, 2547

กลุ่มภาษาไท-กะได

1. ไทใหญ่ หรือ ฉาน หรือ เงี้ยว คือกลุ่มชาติพันธุ์ในตระกูลภาษาไท-กะได ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ขนาดใหญ่อันดับสองของพม่า ส่วนมากอาศัยในรัฐฉาน ประเทศพม่า และบางส่วนอาศัยอยู่บริเวณดอยไตแลง ชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศพม่า คนไทใหญ่ในประเทศพม่ามีประมาณ 3 หรือ 4 ล้านคน แต่มีไทใหญ่หลายแสนคน ที่ได้อพยพเข้าสู่ประเทศไทยเพื่อหนีปัญหาทางการเมืองและการหางาน ตามภาษาของเขาเองจะเรียกตัวเอง ไต หรือ ไต (ตามสำเนียงไทย) มีหลายกลุ่ม เช่น ไตขืน ไตแหลง ไตคัมตี ไตลื้อ และไตมาว แต่กลุ่มใหญ่ที่สุดคือ ไตโหลง และไตหลวง
2. ไทลื้อ หรือ ไตลื้อ เป็นชาวไทกลุ่มหนึ่ง มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในแถบสิบสองปันนาของจีน มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือการใช้ภาษาไทลื้อ และยังมีวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์อื่น ๆ เช่น การแต่งกาย ศิลปะ และประเพณีต่าง ๆ
3. ไทยวน หรือ ไตยวน เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ตระกูลภาษาไท-กะไดกลุ่มหนึ่งที่ตั้งถิ่นฐานทางตอนเหนือของประเทศไทยที่เคยเป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนา ในอดีตคนล้านนามีหลายกลุ่มชาติพันธุ์ แต่กลุ่มใหญ่ที่สุดคือ "ไทยวน" ซึ่งมีคำเรียกตนเองหลายอย่าง เช่น "ยวน โยน หรือ ไต(ไท)" และถึงแม้ในปัจจุบันชาวล้านนาจะกลายเป็นพลเมืองของประเทศไทยแล้วก็ตาม แต่ก็มักเรียกตนเองว่า "คนเมือง" ซึ่งเป็นคำเรียกที่เกิดขึ้นในภายหลัง ในยุคเก็บผักใส่ซ้าเก็บข้าใส่เมือง เพื่อฟื้นฟูประชากรในล้านนาหลังสงคราม โดยการกวาดต้อนกลุ่มคนจากที่ต่าง ๆ เข้ามายังเมืองของตน
4. ไทเขินเป็นชนชาติหนึ่งในกลุ่มไต ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ใน เมืองเชียงตุง รัฐฉาน ประเทศพม่า ไทเขินเรียกตัวเองว่า “ขืน” ซึ่งมาจากชื่อแม่น้ำในเมืองเชียงตุงภาษาพูดและเขียนของไทเขินมีความคล้ายคลึงกันกับไทยองและไทลื้อมาก พูดภาษาภาษาไทขืน ซึ่งเป็นภาษาในกลุ่มภาษาย่อยไทพายัพ ในกลุ่มภาษาคำ-ไต ตระกูลภาษาไท-กะได ในประเทศไทยพบชาวไทยเขินบริเวณสันป่าตอง สันกำแพง แม่แตง ดอยสะเก็ด และในเขตอำเภอเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่
5. ไทหย่า คือกลุ่มชนชาวไทกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีถิ่นอาศัยเดิมในตำบลโมซาเจียง อำเภอซินผิง จังหวัดยิ่วซีมณฑลยูนนาน ประเทศจีน ชาวจีนเรียกคนไทกลุ่มนี้ว่า ฮวาเย่าไต แปลว่า ไทเอวลาย ชาวไทหย่าบางส่วนได้อพยพมายังสิบสองปันนา บางส่วนเข้าสู่พม่าและไทย

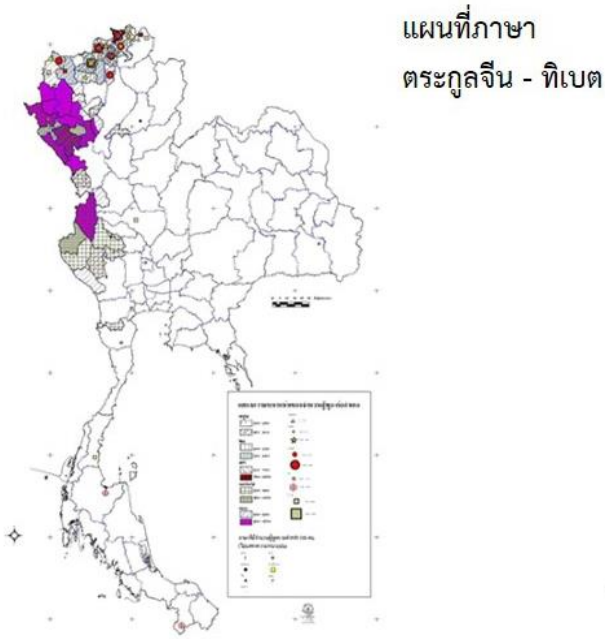


แผนภาพที่ 6-13 แผนที่ภาษาตระกูลไท
ที่มา : แผนที่ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย, สุวิไล เปรมศรีรัตน์, 2547

กลุ่มภาษาจีน-ทิเบต

1. จีนยูนาน หรือภาษาถิ่นพายัพว่า “ฮ่อ” เป็นการเรียกกลุ่มชนเชื้อสายจีนที่อพยพลงมาจากมณฑลยูนนานโดยไม่จำแนกว่านับถือศาสนาใด เข้ามาตั้งถิ่นฐานบริเวณพรมแดนระหว่างประเทศไทยและลาว มีทั้งอาศัยอยู่บนเทือกเขาและในเมือง ในประเทศไทยชาวจีนฮ่อมักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง และพะเยา ชาวจีนฮ่อที่อพยพเข้ามานั้นพอจะแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่
    - กลุ่มพ่อค้าคาราวาน ที่ใช้ม้าต่างหรือ ล่อ เป็นพาหนะในการบรรทุกสินค้าผ่านมาทางฮ่องลึกหรือด่านแม่สาย เดินทางตามช่องทางนี้มาตั้งแต่โบราณ
    - กลุ่มจีนฮ่อลี้ภัย ในช่วงปราบปรามกบฏปันทาย นำโดยสุลต่านสุลัยมาน หรือตู้เหวินซิ่ว ผู้สถาปนารัฐผิงหนานขึ้นในมณฑลยูนนานในช่วง พ.ศ.2396–2416 แต่กลับถูกทางการราชวงศ์ชิงปราบปรามอย่างราบคาบ
    - กลุ่มทหารกู้ชาติจีนอพยพเข้ามา หลังจากการปฏิวัติประเทศจีนประสบความสำเร็จใน พ.ศ. 2492 ภายใต้การนำของเหมาเจ๋อตง ทำให้ทหารกองพล 93 ของจีนคณะชาติหรือพรรคก๊กมินตั๋งต้องถอยร่นลงมาอยู่ตามแนวชายแดนไทย-พม่า และต่อมาส่วนหนึ่งได้เดินทางไปอยู่ที่ประเทศไต้หวัน อีกส่วนหนึ่งปักหลักอยู่ทางภาคเหนือของไทย

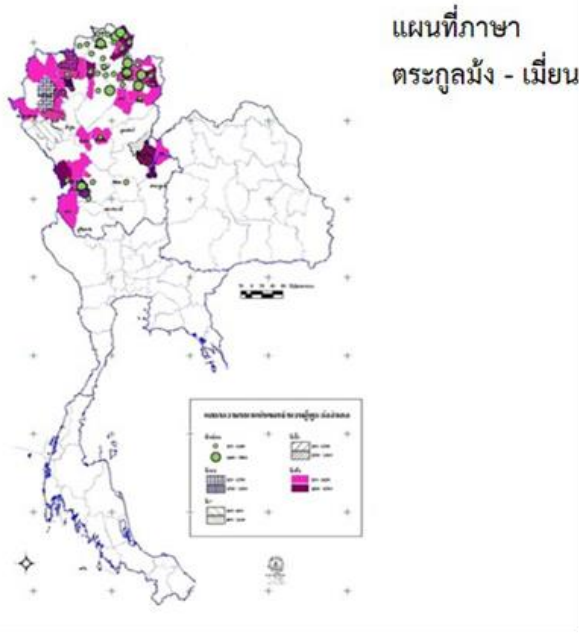
2. ชนเผ่าอาข่าเป็นชนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีบรรพบุรุษพื้นเพเดิม อาศัยอยู่ทางตอนใต้ของประเทศจีน ในประเทศจีนเรียกว่า “ฮานี หรือ โวน” โดยมีเส้นทาง 2 เส้นทาง คือ เส้นทางแรก อพยพจากประเทศพม่าแคว้นเชียงตุง เข้าสู่ประเทศไทยเนื่องจากเกิดปัญหาทางการเมือง ด้านฝั่งเขตอำเภอแม่จัน ทางหมู่บ้านพญาไพร (ปัจจุบันเป็นอำเภอแม่ฟ้าหลวง) และเส้นทางที่สอง อพยพโดยตรงจากประเทศจีนโดยเดินทางผ่านบริเวณตะเข็บชายแดนพม่า และแม่น้ำโขงประเทศลาว และเข้าสู่ประเทศไทยโดยตรงที่อำเภอแม่สาย
3. ลาหู่ หรือ มูเซอ อาศัยอยู่ในประเทศจีน เมื่อถูกรุกรานจึงอพยพมาทางตอนใต้เข้าสู่ประเทศพม่า และทางเหนือของประเทศไทย เมื่อกว่า 13 ปีมาแล้ว โดยเข้ามาทางอำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย, อำเภอฝาง อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่, และอำเภอบางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีเพียงส่วนน้อยที่มาจากอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มูเซอที่รู้จักกันมาก ได้แก่ มูเซอดำ มูเซอแดง มีวัฒนธรรมประเพณีคล้ายคลึงกัน มูเซอ เป็นภาษาพม่า แปลว่า นายพราน เนื่องจากมีความชำนาญในการล่าสัตว์โดยใช้หน้าไม้ ภาษาอังกฤษ เรียกว่า ลาฮู ในกลุ่มมูเซอดำ เรียกว่า ลาฮูนา มูเซอแดง เรียกว่า ลาฮูยี



แผนภาพที่ 6-14 แผนที่ภาษาตระกูลจีน – ทิเบต
ที่มา : แผนที่ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย, สุวิไล เปรมศรีรัตน์, 2547

กลุ่มภาษามอญ-เขมร

1. ชาวปะหล่องเรียกตัวเองว่า Ta-ang ส่วนคำว่า ปะหล่อง มาจากภาษาไทใหญ่ ไทใหญ่บางกลุ่มเรียก "คุณลอย" หมายถึง คนดอย ส่วนชาว พม่าเรียก “ปะลวง” ชาวปะหล่องส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตตะวันตกเฉียงเหนือของรัฐชาน รัฐคะฉิ่นในพม่า และยูนนานในประเทศจีน ชาวปะหล่อง ในประเทศไทยอพยพมาจากพม่า เมื่อประมาณ พ.ศ. 2527 เรียกตัวเองว่า "ดาระอั้ง" เอกสาร ประวัติศาสตร์หลายฉบับกล่าวว่า ชาวปะหล่องเป็นพลเมืองกลุ่มหนึ่งใต้การปกครองของนครรัฐแสนหวี
2. ลัวะ หรือละว้า เป็นเจ้าของถิ่นเดิมภาคเหนือก่อนที่ไทยเราจะอพยพลงมาสู่แคว้นสุวรรณภูมิ ตามตำนานของเชียงรายได้บันทึกไว้ว่า ชาวละว้าเคยมีอำนาจปกครองไทยสมัยหนึ่ง แต่ต่อมาภายหลังได้เกิดการต่อสู้รบพุ่งกัน ไทยประสบชัยชนะได้ฆ่าฟันขับไล่และทำลายล้างชาติละว้า ชาวละว้าหรือลัวะเป็นจำนวนไม่น้อยที่หนีกระจัดกระจายไปอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง อาศัยอยู่ในบริเวณห่างไกลจากเขตเจริญ โดยตั้งบ้านเรือนรวมกันเป็นหมู่บ้านเฉพาะพวกของเขา



แผนภาพที่ 6-15 แผนที่ภาษาตระกูลม้ง – เมี่ยน
ที่มา : แผนที่ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย, สุวิไล เปรมศรีรัตน์, 2547

ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคม

ประวัติศาสตร์เมืองแม่สาย

โยนกนคร - เมืองหิรัญนครเงินยาง – ยางเงิน (พ.ศ. 400 – 1805)

จากการศึกษาด้านตำนานพื้นเมืองต่าง ๆ นักวิชาการท้องถิ่นของเชียงรายกล่าวว่าเรื่องราวเกี่ยวด้วยเรื่องการตั้งอาณาจักรต่าง ๆ ที่เป็นดินแดนของจังหวัดเชียงรายในปัจจุบันนั้นได้ปรากฏในพงศาวดารเหนือ โดยมีความเชื่อว่า ถิ่นกำเนิดของชนชาติไทยนั้นน่าจะอยู่ทางประเทศจีนมาก่อน ในยุคที่ชนชาติไทยเรากำลังหนีจีนมาตั้งนครหลวงอยู่ที่แคว้นเมาและหนองแสนั้น ถิ่นที่เป็นที่ตั้งของจังหวัดเชียงรายนี้เป็นที่อยู่ของชาวป่าชาวเขาพวกหนึ่งเรียกว่า “ลัวะ” (หรือลังวะ หรือละว้า) และชาวป่าพวกอื่นอาศัยอยู่

ราว พ.ศ. 50 ไทยเผ่าหนึ่งเรียกว่า อ้ายลาว ตั้งอาณาจักรอยู่ที่นครปา ถูกจีนรุกรานหนักเข้า จึงอพยพมาตั้งอยู่บริเวณเมืองเล็ม เชียงรุ้ง เชียงลาว ริมแม่น้ำสาย ตั้งราชวงศ์ขึ้นปกครองสืบต่อกันมาจนถึงสมัย ลาวจักราช จึงได้ลงมาตั้งเมืองที่ตำบลยางเสี่ยวใกล้ดอยตุง เรียกว่า เชียงลาว ราวพุทธศตวรรษที่ 5 มีพวกไทยถอยร่นจากจีนตอนใต้ มาสมทบไทยที่เมืองเชียงลาวมากขึ้นทุกที จึงได้ขยายเมืองให้กว้างขวางขึ้นอีก เรียกว่า แคว้นยุนซาง หรือยวนเชียง มีอาณาเขตแผ่ไปถึงหลายเมือง เช่น เวียงกาหลง (อำเภอเวียงป่าเป้าในปัจจุบันนี้) เวียงฮ่อ ดงเวียง เวียงวัง แจ้ห่ม เชียงแสน ทั้งนี้ภายหลัง พ.ศ. 590 เป็นต้นมา

ต่อมาราวพุทธศตวรรษที่ 11 ขอมมีอำนาจ จึงยกเข้ามาตีแคว้นยวนเชียง ขับไล่ชาวไทย แล้วตั้งเมืองขึ้นที่เชียงแสน เรียกว่า สุวรรณโคมคำ บริเวณที่เคยเป็นเมืองเชียงลาว ใกล้ฝั่งน้ำโขง และได้อพยพคนไทย ลงมาสร้างเมืองขึ้นใหม่อีกให้มั่นคงถาวรยิ่งขึ้น แล้วขนานนามว่า เมืองนาคพันธุสิงหนวัตินคร ภายหลังเรียกสั้น ๆ ว่า นาเคนทร์นคร, นาคบุรี, โยนกนาคนคร และโยนกนครหลวง เป็นต้น (คือเมืองเชียงแสนในปัจจุบัน) โดยยังมีกษัตริย์ไทยอีกพระองค์หนึ่ง พระนามว่า ลาวจก หรือลาวจง ปฐมกษัตริย์ในราชวงศ์จังกราช ซึ่งครองเมืองเชียงลาว ได้ขยายอำนาจมาจนถึงเมืองเงินยาง จนรวบรวมบ้านเมืองเป็นปึกแผ่นแล้วได้ขนานนามเมืองว่า หิรัญนครเงินยาง



แผนภาพที่ 6-16 ภาพอาณาจักรโยนกเชียงแสนในอดีต

ที่มา : แผนที่แสดงขอบเขตอาณาจักรโยนกเชียงแสน, https://history4553.wordpress.com

ซากแนวกำแพงเมืองเวียงพางคำ, http://www.openbase.in.th/node/8866

ชุมทางการค้าระหว่างยูนนาน – เมาะตะมะ (พ.ศ. 1805 – 2397)

ภายหลัง พ.ศ. 1800 กลุ่มโยนกในตระกูลลาวเรียกตัวเองว่าลาวจากลุ่มน้ำกก-อิง-โขง ขยายอำนาจไปยึดครองดินแดนที่เมืองหริภุญชัย สร้างเมืองแห่งใหม่เรียกเวียงกุมกาม แต่ในที่สุด ย้ายไปสร้างเมืองเชียงใหม่บริเวณเชิงดอยสุเทพ เมื่อ พ.ศ. 1839 แต่ต้องมีปัญหาขัดแย้งกับบ้านเมืองใหญ่น้อยหลายแห่ง

ต่อมาใน พ.ศ. 2000 เมืองเชียงใหม่สถาปนาเป็นศูนย์กลางของรัฐล้านนา มีอำนาจควบคุมดินแดนภาคเหนือของประเทศไทยกับบริเวณต่อเนื่องถึงลุ่มน้ำสาละวินในพม่ากับตอนใต้ของจีน และสองฝั่งโขงถึงลาวเหนือ แต่ถูกพม่ายึดครองในเวลาต่อมา ระยะเวลาราว 200 ปี ปกครองอยู่เมืองเชียงใหม่ระหว่าง พ.ศ. 2101-2317 ภายใต้การขยายอำนาจของพระเจ้าบุเรงนอง ทำให้เมืองในอาณาจักรล้านนา หยุดชงักเป็นเวลานาน และการเข้ามาของอาณานิคมอังกฤษ บริเวณชุมทางการค้าแม่สาย เป็นเพียงชุมทางการค้าเล็ก ๆ ไม่มีราชวงศ์ปกครองชัดเจน และเป็นเพียงเมืองลูกของ เมืองเชียงแสน ซึ่งมีบทบาทด้านการขนส่งทางน้ำและการสงคราม



แผนภาพที่ 6-17 แผนที่เดินทางของ Sir William , การล่าอาณานิคมของอังกฤษ, 2428

ที่มา : https://www.burmaboating.com/blog/2015/8/9/10-beautiful-ancient-maps-and-charts-of-myanmar

แม่น้ำกก – สาย (พ.ศ. 2397 – 2483)

เป็นยุคที่เส้นเขตแดนไม่ปรากฏชัดเจน เขตแดนและชายแดนจะชัดเจนที่ช่องทางระหว่างเมืองเท่านั้นที่เป็นจุดแบ่งอำนาจทางการค้าและรัฐแบบโบราณดังนั้นเส้นเขตแดนจึงอยู่บนเส้นทางการค้าไม่ได้ทอดยาวตลอดอาณาจักรหรือเมืองแต่อย่างใด การกั้นเขตระหว่างอำนาจนั้นเป็นภูเขาและแม่น้ำเท่านั้น เส้นทางการค้าชายแดนสามารถสร้างความมั่งคั่งให้กับกลุ่มชาติพันธุ์และอาณาจักรต่าง ๆ บนเส้นทางการค้า

การเข้ามาสร้างอาณานิคมของชาติตะวันตกทำให้พม่าตกเป็นเมืองขึ้นของอังกฤษ และรัฐฉานได้กลายเป็นกลุ่มรัฐในอารักขาของอังกฤษในเวลาต่อมา การเกิดขึ้นของกบฏเงี้ยวในพื้นที่ล้านนานั้นก็เป็นเหตุให้สยามนั้นไม่ไว้ใจกลุ่มไทใหญ่ที่อยู่ในบังคับของอังกฤษทำให้ล้านนาต้องระมัดระวังในการคบหากับพ่อค้าคนไทใหญ่มากขึ้น ทางล้านนานั้นก็เลยได้กลุ่มพ่อค้าคนจีนยูนานมาเป็นคู่ค้าแทนในเส้นทางการค้านี้

ความเข้าใจของอังกฤษเข้าใจว่าแม่น้ำกกคือเส้นเขตแดนระหว่างรัฐฉานกับ สยามแต่สยามเองนั้นยึดเส้นเขตแดนที่ลำน้ำสาย และลำน้ำสายจึงกลายเป็นเส้นเขตแดนตั้งแต่ยุคอาณานิคมนั้นเป็นต้นมา ดังรายงานถึงเมืองเชียงรายเมื่อ 126 ปีที่ผ่านมา



แผนภาพที่ 6-18 Report by Mr. C.E.W. Stringer of a journey to the Laos state of Nān, Siam, 2431
ที่มา : https://archive.org/details/cu31924068348774

รอยต่อสหรัฐไทยเดิม – สยาม (พ.ศ. 2483 – 2497)

จนกระทั่งในสมัยช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากไทยลงนามเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่น รัฐบาลจอมพล แปลก พิบูลสงคราม ได้จัดตั้งกองทัพพายัพ และส่งกำลังทหารเข้ายึดครองเมืองเชียงตุงและ เมืองพานจากอังกฤษมาจัดตั้งเป็นส่วนหนึ่งของไทยในชื่อ สหรัฐไทยเดิม เมื่อสงครามสิ้นสุด ญี่ปุ่นพ่ายแพ้สงคราม ไทยจึงคืนดินแดนสหรัฐไทยเดิมให้แก่อังกฤษ แสดงถึงการเป็นชุมทางการเดินทางในสงคราม จากสยามไปยังเมืองเชียงตุง และมีการสลับ สับเปลี่ยนรัฐอยู่หลายครั้ง ด้วยการที่เป็นเส้นขอบของรัฐอยู่หลายครั้ง ทำให้บริเวณแม่สายเป็นแหล่งที่ชาวเขาจากรัฐต่าง ๆ อพยพมาอยู่ในพื้นที่



แผนภาพที่ 6-19 ภาพการเดินทัพของทหารไทยเข้ายึดเมืองเชียงตุง 2485
ที่มา : http://topichistoryn.blogspot.com/2015/07/2.html

ชุมทางการค้าระบบโพยก๊วน – ลอยเงิน (พ.ศ. 2497 – ปัจจุบัน)

หลังสงครามโลกครั้งที่สองเมืองแม่สายจึงกลายเป็นพื้นที่ชายแดนขึ้นมาเพราะลำน้ำสายกลายเป็นเส้นกั้นระหว่างพื้นที่ที่เคยเป็นจุดเชื่อมต่อกันเป็นเวลาสองปีกว่า การเกิดขึ้นของตลาดบุญยืน พ.ศ. 2497 โดยคนจีน 6-7 ครอบครัว อีกทั้งการอพยพของผู้คนจากเพื่อนบ้านและกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เข้ามาค้าขายในฐานะเมืองชายแดนเป็นจำนวนมาก และคนบางคนมาทำนาที่พื้นที่แม่สายโดยใช้ลำน้ำสายในการเกษตรกรรม คือหมู่บ้านเหมืองแดงได้มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่าเมืองแม่สายที่เป็นเมืองชายแดน คือตั้งแต่ พ.ศ. 2460 กลุ่มคนยองเมืองลำพูนได้อพยพมาที่บริเวณใกล้ลำน้ำแม่สายด้วยเพื่อการเกษตรเท่านั้น ดังนั้นเมืองแม่สายที่กลายเป็นเมืองชายแดนที่เกิดขึ้นจากเขตอำนาจรัฐจึงเกิดอย่างเป็นรูปธรรมคือ หลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา การอพยพเข้ามาของผู้คนอย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างอุดมการณ์ทางการเมืองในพื้นที่ พม่า ลาว ไทย และการต่อสู้ของชนกลุ่มน้อยในพม่าซึ่งทำให้ พ.ศ. 2525 เป็นจุดการอพยพครั้งใหญ่ เนื่องจากการสู้รบในพื้นที่ชายแดน และบ้านเกาะทรายที่ติดกับลำน้ำสายก็เป็นแหล่งพื้นที่รองรับการอพยพผู้คนเหล่านั้นและการมอบสถานะบุคคลให้กับกลุ่มอดีตทหารจีนคณะชาติเป็นแรงดึงดูดผู้คนเหล่านั้นเข้ามาตั้งถิ่นฐาน

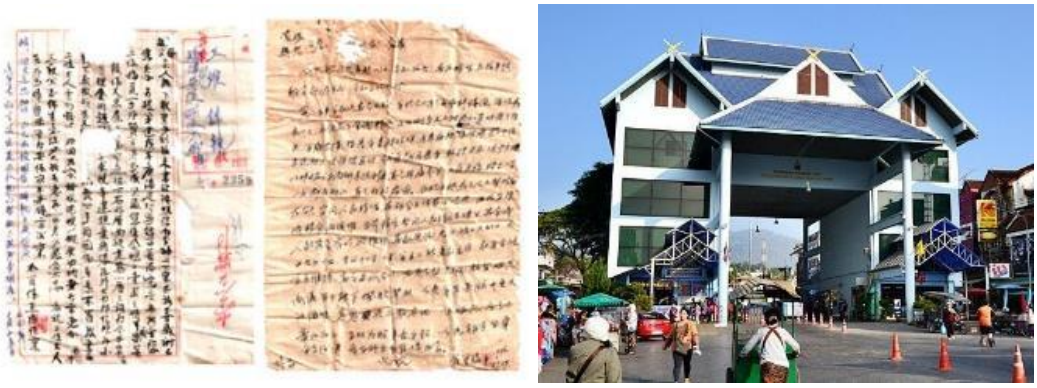
“โพยก๊วน” เป็นคำในภาษาจีน (แต้จิ๋ว) ที่เป็นคำสองคำคือ “โพย” หมายถึงจดหมายหรือข้อความพร้อมเงิน ส่วน “ก๊วน” หมายถึงสถานที่ที่มีคนหลาย ๆ คนอยู่รวมกันเพื่อประอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อรวมความกันแล้วหมายถึงสถานที่ที่ส่งจดหมายพร้อมเงินไปให้ญาติพี่น้องของชาวจีนในประเทศจีน ต่อมาเมื่อระบบไปรษณีย์ของไทยมีความก้าวหน้า คำว่าโพยก๊วน จึงกลายเป็นภาษาชาวบ้านที่หมายความเช่นเดิมคือการส่งเงินไปยังเมืองจีน และกำหนดคำ(สำเนียงจีแต้จิ๋ว) ในภาษาทางการของไทยใช้เรียกกิจกรรมนี้ว่า “ งิ่ง”(เงิน)

“สิ่ง”(จดหมาย) “เก๊ก”(สถานที่) (สุชาดา ตันตสุรฤกษ์ ,2532:46) ที่มีความหมายว่าระบบการส่งเงินกลับไปยังประเทศจีน แต่อย่างไรก็ตามคนนิยมเรียกกิจกรรมนี้ว่า โพยก๊วน”

รัฐบาลสยามในเวลานั้นพยายามสร้างรัฐสมัยใหม่ให้เป็นที่ยอมรับและเพื่อสร้างอำนาจการจัดการกิจการภายในให้เทียบเคียงกับประเทศมหาอำนาจที่กำลังล่าอาณานิคมอยู่ในขณะนั้น โพยก๊วนจึงเป็นสิ่งที่คาบเกี่ยวกับสองกิจการความมั่นคงของรัฐกล่าวคือกิจการการสื่อสาร หรือการไปรษณีย์ และกิจการการเงินระหว่างประเทศ รัฐจึงเข้ามาควบคุมและจัดการให้เป็นระบบที่รัฐควบคุมได้พร้อมทั้งปรับปรุงกิจการไปรษณีย์ไปพร้อมกันด้วย

เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้จัดตั้งธนาคารแห่งประเทศไทยขึ้นเพื่อควบคุมการการปริวรรตเงินตราต่างประเทศ ด้วยการออกพระราชบัญญัติว่าด้วยการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2485 ร้านโพยก๊วนจึงแปรสภาพเป็น “ตัวแทนซื้อเงิน” และต้องได้รับอนุญาตประจำโดยซื้อเงินตราต่างประเทศจากกระทวงการคลัง วิธีการส่งเงินแบบโพยก๊วน ได้เจริญก้าวหน้ามากจนถึง พ.ศ. 2501 ยอดการส่งเงินลดลงและลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสาเหตุทางการเมืองของจีน และทางการไทยได้ประกาศยกเลิกบริการการห่อจดหมายของชาวจีนเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2514 ซึงหมายความว่าเป็นการยกเลิกระบบโพยก๊วนโดยสิ้นเชิง

ลอยเงินในพื้นที่แม่สายนั้นเป็นการลอยเงินเพื่อการทำธุรกิจชายแดนแต่เดิมมีการลอยเงินอาจมีข้ามพรมแดนบ้างแต่ไม่มากนัก ปัจจุบันการลอยเงินเป็นการทำการระหว่างพื้นที่ชายแดนไปยังพื้นที่ห่างไกล แต่ก็เป็นไปด้วยสาเหตุจากการค้าทั้งสิ้น การลอยเงินขึ้นกับว่าคนลอยเงินอยู่ฝั่งไหนเป็นหลักถึงแม้ว่าการค้าจะอยู่อีกฝั่งหนึ่งก็ตาม ในอดีตกฎหมายฟอกเงินยังไม่เข้มงวด ร้านค้าต่าง ๆ ก็รับบริการรับแลกเงินเพื่อลอยเงินเงินเป็นจำนวนมาก แต่ปัจจุบันในฝั่งอำเภอแม่สายมีจำนวนน้อยมากที่เปิดให้บริการ



แผนภาพที่ 6-20 เงินโพยก๊วน และด่านพรมแดนแม่สาย

ที่มา : http://topicstock.pantip.com/library/topicstock/2011/10/K11177317/K11177317.html

http://www.chiangrai-tour.com/

ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ

เมืองร้อยเต่า ลาวครอบ – เมืองขรราช (ต้นสมัยพุทธกาล – พ.ศ.1812)

เมืองเชียงของเมืองโบราณมีความสำคัญในอดีตด้วยชัยภูมิที่ตั้งเหมาะแก่การติดต่อสัมพันธ์ค้าขายกับเมืองต่าง ๆ มีแม่น้ำสายสำคัญสองสายคือ แม่น้ำอิงและแม่น้ำโขงเป็นเส้นทางสัญจรหลักเชื่อมต่อไปยังเมืองต่าง ๆ แม่น้ำโขงทางทิศเหนือเส้นทางติดต่อกับเมืองเชียงแสนไปจนถึงเมืองในแคว้นสิบสองปันนา ทางทิศใต้เส้นทางติดต่อเมืองหลวงพระบาง และแม่น้ำอิงติดต่อกับเมืองเทิง เมืองลอ อำเภอจุน และเมืองภูกามยาวหรือเมืองพะเยา จึงทำให้เชียงของเป็นเมืองท่าสำคัญตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา

อำเภอเชียงของเป็นเมืองโบราณเคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยกรุงหิรัญนครเงินยาง(เชียงแสน) เดิมมีชื่อเรียกว่า “เมืองขรราช” ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นเมืองเชียงของ ขึ้นกับนครนันทบุรี (น่าน) โดยเจ้าผู้ครองนครน่านได้แต่งตั้งให้เจ้าอริยวงศ์เป็นเจ้าเมืองคนแรก เมื่อ พ.ศ. 1805 ยุคแรก ยุคตำนาน มีตำนานพระเจ้าเลียบโลก กล่าวถึงกลุ่มชนดั่งเดิมในพื้นที่คือชาวมิลักขุหรือลัวะ องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้มาเทศนายังหมู่บ้านตำมิละ และได้ถอนพระเกศาสองเส้นให้ชาวบ้านใส่ผอบฝังไว้ห่างกันข้างละ 25 วา แล้วก่อเป็นสถูป เป็นที่มาของวัดไชยสถานและวัดศรีบุญยืน ที่คนทั่วไปรู้จักในนามวัดหลวง และวัดพระแก้ว

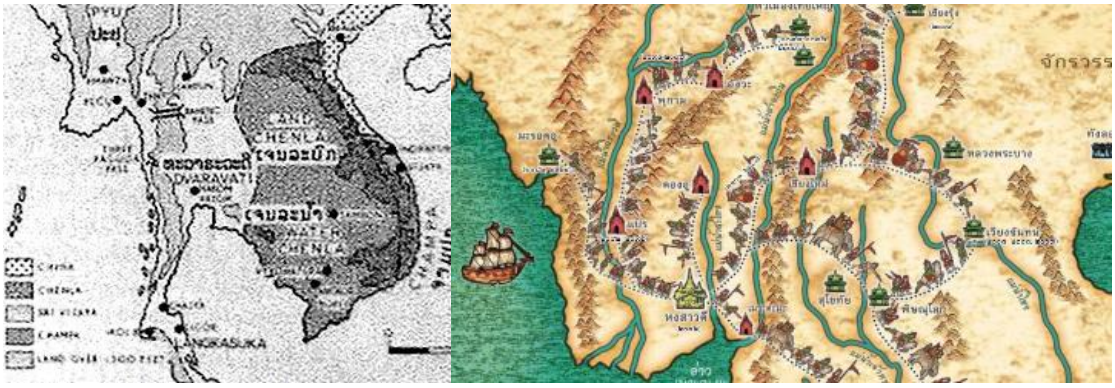


แผนภาพที่ 6-21 เจดีย์บรรจุพระเกศา วัดพระแก้ว และวัดหลวง ตามลำดับ, แผนที่เมืองขรราช ยุคลาว
ที่มา : http://www.chiangraifocus.com, https://www.youtube.com/watch?v=-wjY0NNnBas

พญามังราย – น่าน – อิทธิพลล้านนา (พ.ศ. 1812 – 2297)

พญามังรายหมายจะสร้างพระราชอาณาจักรใหม่ จึงรวบรวมหัวเมืองต่าง ๆ ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยสร้างเมืองเชียงรายเป็นเมืองหลวงใหม่เมื่อ พ.ศ. 1805 และต่อมาจึงเสด็จไปเอาเมืองเชียงของได้ใน พ.ศ. 1812 การแผ่ขยายอำนาจของพญามังราย ได้เข้าตีเมืองหิรัญนครเงินยาง และให้เมืองเชียงของซึ่งขึ้นตรงต่อน่านมีบทบาทเป็นเพียงเมืองลูกริมแม่น้ำโขง ยังคงไม่มีบทบาทสำคัญเท่าใดนัก

ภายหลังการขยายอำนาจของพม่า ทำให้เมืองเชียงของ ตกอยู่ในอำนาจของพม่ากว่า 200 ปี โดยช่วงท้ายของการกอบกู้เอกราชกรุงศรีอยุธยา เป็นเหตุให้เมืองร้าง โดยราชวงศ์อริยะได้พาชาวไทลื้อ ขมุ และยวน หนีไปอยู่ที่เมืองน่าน (นอกเขตตองอู) โดยเป็นเหตุให้เมืองเชียงของเป็นเมืองร้างช่วงระยะเวลาหนึ่ง



แผนภาพที่ 6-1 แผนที่อุษาคเนย์ประมาณ พ.ศ.1953, แผนที่เส้นทางเดินทาง ของพระเจ้าบุเรงนอง
ที่มา : http://huexonline.com/knowledge/19/151/ https://issuu.com/sarakadeemag/docs/burengnong

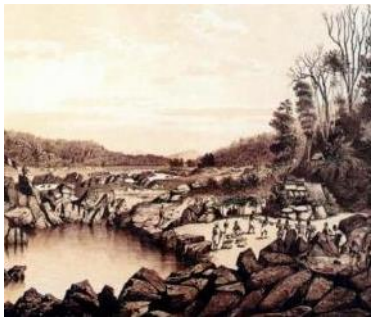
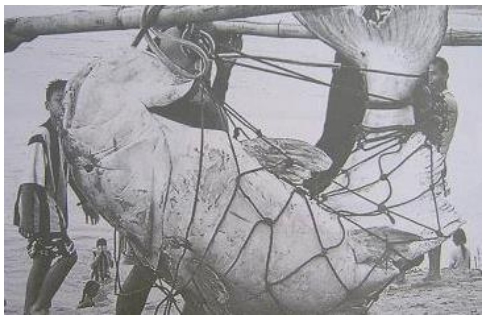
เวียงใหม่ - ลาว – ดินแดนส่วนกลาง (พ.ศ. 2297 – 2457)

เชียงของยุคเจ้าเมืองสี่ตระกูล หลังจากพม่าออกจากเมืองเชียงแสน เจ้าเมืองเชียงแสนได้ส่งเจ้าอริยะมาฟื้นฟูเมืองเชียงของ ยุคนี้มีเหตุการณ์ที่สำคัญเกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงการปกครองจากล้านนามาเป็นสยาม การล่าอาณานิคมของฝรั่งเศส เหตุการณ์เงี้ยวปล้นเมืองเชียงของ เป็นต้น

เจ้ารำมะเสน ลูกเจ้าอริยะ ได้กลับมา พัฒนาเมืองเชียงของภายหลังสงคราม และสร้างเวียงใหม่ (หาดไคร้และสบสม) นำพาคนลื้อ คนขมุ คนยวนกลับสู่พื้นที่ และเกิดการหลั่งไหลของชาวเขาต่าง ๆ มาสู่พื้นที่เชียงของ

ภายหลังลาวตกอยู่ในอาณานิคมของฝรั่งเศส ทำให้เชียงของเป็นดินแดนส่วนกลาง จนข้อตกลงยุติเมื่อ พ.ศ. 2447 และนำไปสู่การเป็นรัฐชาติใน พ.ศ. 2547 ชุมทางสินค้าเกษตร ชาวเขา และเรือ น่าน - หลวงพระบาง

เหล่ากบฏเงี้ยว และคนผิดกฎหมาย ได้เข้ามาสู่ พื้นที่ เพราะเป็นพื้นที่นอกเหนือกฎหมาย โดยชาวเขาต่าง ๆ ได้มีพิธี และวิถีชีวิตสัมพันธ์ลุ่มแม่น้ำโขงสืบมา ในบริเวณเมืองเชียงของ

แผนภาพที่ 6-22 ภาพงานพิธีสืบชะตาแม่น้ำโขง บริเวณผาถ่าน, เชียงของ, 2448 , การล่าปลาบึกที่ เชียงของ, 2535
ที่มา : http://chiangkhongchingrai.blogspot.com/2015/10/blog-post_86.html
https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=watershed&month=04-06-2006&group=1&gblog=4

ชุมทางสินค้าเกษตร ชาวเขา และเรือ – น่าน - หลวงพระบาง (พ.ศ. 2457 – ปัจจุบัน)

เมืองเชียงของเจริญเติบโตขึ้นเพื่อใช้เดินทางไปหลวงพระบาง จากน่าน อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปหลวงพระบาง คนหนีภัยการเมืองได้เข้ามาอยู่ในพื้นที่เชียงของ ทั้งชาวพม่า และชาวลาว ทำให้เมืองเชียงของเป็นชุมทางการค้าสินค้าเกษตรของชาวเขา เมืองเชียงของได้พัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไปยังหลวงพระบาง หรือสิบสองปันนามากขึ้น การพัฒนาสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 4 และเขตเศรษฐกิจพิเศษจะนำมาซึ่งการ เปลี่ยนแปลงแก่เมืองเชียงของ

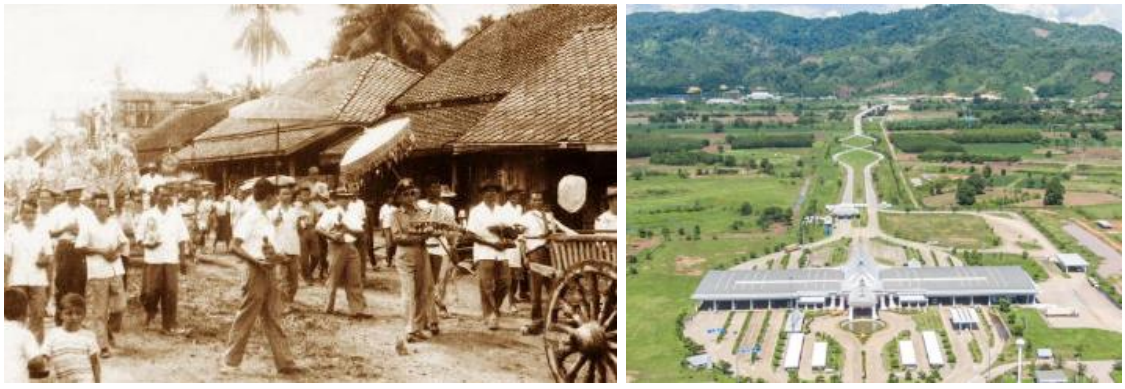
พ.ศ. 2447-2481 สงครามโลกครั้งที่สอง ฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงอยู่ในการปกครองของฝรั่งเศส มีการสู้รบทำให้มีกลุ่มคนต่าง ๆ อพยพโยกย้ายมายังพื้นที่เมืองเชียงของ เกิดขบวนการเรียกร้องดินแดน มีกองทัพไทยมาตั้งฐานทัพ ชาวเมืองเชียงของเป็นลูกหาบไปสู้รบเมืองเชียงตุงในสงครามอินโดจีน

พ.ศ. 2487-2532 เขตพื้นที่สีแดง สงครามการต่อสู้ระหว่างฝ่ายเสรีนิยมและฝ่ายสังคมนิยม เชียงของเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หนึ่งของการสู้รบ

จากการค้นคว้าของนักวิชาการทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นชี้ให้เห็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงเมืองเชียงของหลายยุคหลายสมัยจนมาถึงยุคที่ห้ายุคปัจจุบัน ยุคสงครามเศรษฐกิจการค้า ยุคที่สร้างความกังวลให้คนท้องถิ่นเริ่มจาก นโยบายการพัฒนาประเทศในรัฐบาลของนายกชาติชาย ชุนหวัน ที่เปลี่ยนจากสนามรบเป็นสนามการค้า เมืองเชียงของจึงเป็นเป้าหมายของการเปิดประตูสู่การค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน ลาวเริ่มผ่อนปรน

การค้าชายแดนใน พ.ศ. 2533 ทำให้เชียงของกลับมาเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวสามารถผ่านแดนเพื่อไปยังหลวงน้ำทาและหลวงพระบาง ที่พักโรงแรมผุดขึ้นนักท่องเที่ยวเริ่มหลั่งไหลเข้ามา เกิดการกว้านซื้อที่ดินในเขตอำเภอเชียงของมีราคาสูงเป็นประวัติการณ์ ชาวบ้านพากันแห่ขายที่ดิน ต่อมาเกิดการรวมตัวของ 6 ประเทศลุ่มน้ำโขงภายใต้แผนความร่วมมือทางเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS)ใน พ.ศ. 2534 ที่เน้นการจัดการทรัพยากรและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจจนเกิดโครงการพัฒนาต่าง ๆ ตามมาเช่น โครงการสร้างเขื่อนเพื่อผลิตไฟฟ้าในแม่น้ำโขง โครงการระเบิดเกาะแก่งเพื่อการเดินเรือพาณิชย์ โครงการพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจเขตการค้าเสรีอาเซียนไทย-จีน และใน พ.ศ. 2551พื้นที่อำเภอเชียงของได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษหรือเขตปกครองพิเศษเพื่อรองรับระบบการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ นิคมอุตสาหกรรมเชียงของพื้นที่ 16,000 ไร่ ถนนสาย R3A สะพานข้ามแม่น้ำโขง ทำให้พื้นที่ในเขตอำเภอเชียงของเกิดการกว้านซื้อที่ดินของนายทุนเพื่อเก็งกำไรอีกครั้งหนึ่ง และในปัจจุบัน พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ทางรัฐบาลมีนโยบายความร่วมมือเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

ผลกระทบจากโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่ผ่านมาเช่นโครงการเดินเรือพาณิชย์ในแม่น้ำโขง เขตการค้าเสรีหรือ FTA ไทยจีน ท่าเรือพาณิชย์ เป็นโครงการที่ไม่ได้เอื้อประโยชน์ให้คนท้องถิ่น เชียงของเป็นเพียงทางผ่านของเม็ดเงินทั้งนี้ สะพานมิตรภาพเป็นความหวังของคนท้องถิ่นกับการสร้างรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ ตามคำวลีงาม ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่สร้างแรงจูงใจให้คนเชียงของ ที่ดิน ห้างร้าน โรงแรม ผุดขึ้นเหมือนดอกเห็ด หลังจากเปิดสะพานเสร็จ การคมนาคมขนส่งสะดวกสบาย ชาวเชียงของไม่ต้องปวดหัวกับรถพ่วงสิบแปดล้อวิ่งผ่านเมืองที่คับแคบทำให้เกิดปัญหารถติดและอุบัติเหตุ ขนส่งสะดวกไม่ต้องระเบิดแก่งแม่น้ำโขงเพื่อเดินเรือพาณิชย์



แผนภาพที่ 6-23 ตลาดกาดกองแก้ว, 2495, , สะพานมิตรภาพไทย – ลาว 4
ที่มา : วินัย ธาดาเดช, https://www.thairath.co.th/content/813497
http://www.chiangkhongbestdestination.com/th/images/stocks/slide/2017828091_S7.jpg

ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของเมืองแม่สายและเมืองเชียงของ

เนื้อหาในส่วนนี้เสนอประเด็นความท้าทายในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของเมืองแม่สายและเมืองเชียงของ โดยแยกเป็นสองมิติด้วยกัน คือ ในด้านภาพลักษณ์ของเมืองในปัจจุบัน และในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของเมืองแม่สาย

เมืองแม่สายในอดีตนั้นถูกจดจำในการเป็น “เหนือสุดแดนสยาม” ในสมัยที่การเดินทางยังไม่รวดเร็ว การเดินทางถึงเหนือสุดของสยาม จึงเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และมีบทบาทที่ใหญ่กว่าเมืองเชียงรายในสมัยนั้น โดยในปัจจุบันภาพลักษณ์การเป็นจุดเหนือสุดแดนสยามได้มีการขยายตัวออกไปถึงจนสามเหลี่ยมทองคำ บริเวณใกล้เชียงแสน และมีขอบเขตที่พร่าเลือนกว่าในอดีต เนื่องจากการเดินทางที่มีความสะดวกมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถไปต่างประเทศได้ในระยะเวลาที่น้อยกว่าการเดินทางมาแม่สาย นอกจากนั้นเมืองแม่สายยังมีบทบาทในการเป็นเมืองการค้าชายแดนมาตั้งแต่ในอดีต โดยรับสินค้าจากจีน และพม่า ทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย ในอดีตการค้าขายที่เกิดขึ้น จึงเกิดจากการต้องการขนสินค้าผิดกฎหมายหรือมีราคาถูกในตลาดแม่สาย หรือตลาดท่าขี้เหล็กที่ประเทศพม่า

เมืองแม่สายได้รับความสำคัญน้อยลงในการเป็นพื้นที่เหนือสุดแดนสยาม อีกทั้งการค้าชายแดนที่ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องมีการคำนึงถึงภาพลักษณ์ใหม่ของแม่สาย โดยภาพลักษณ์ที่ได้รับการสนับสนุนของแม่สายคือการเป็น “มหัศจรรย์ 10 ชาติพันธุ์ แม่สาย” ด้วยการนำวิถีชีวิตของชาวเขาในจังหวัดแม่สายกว่า 10 ชนเผ่ามานำเสนอและรวบรวมให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้

ใน พ.ศ. 2560 ได้เกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้แม่สายกลับมามีบทบาทอีกครั้ง ผ่าน “โครงการก้าวคนละก้าว” เพื่อระดมทุนซึ่งเป็นกิจกรรมการวิ่งขอทุนช่วยเหลือแก่โรงพยาบาลศูนย์11 แห่งทั่วประเทศโดยใช้กิจกรรม จังหวัดยะลา อำเภอเบตง โดยกำหนดเส้นทางจาก ในการระดมทุนจากคนไทยทั่วประเทศ โดยเป็นโครการที่ทำให้คนไทยทุกคนทั่วประเทศ สามารถเป็นส่วนหนึ่งของโครงการได้อย่างทั่วถึง ด้วยการระดมทุนผ่านกิจกรรมวิ่งเป็นสื่อกลาง

ใน พ.ศ. 2561 ปฏิบัติการช่วยเหลือ 13 ชีวิต นักฟุตบอลและโค้ชทีมหมูป่าอะคาเดมีแม่สาย ที่ติดอยู่ในถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน อ.แม่สาย จ.เชียงราย กลายเป็นปรากฏการณ์ข่าวของโลกที่ได้รับความสนใจอย่างมาก โดยทีมกู้ภัยทั้งในไทยและต่างประเทศต่างระดมสรรพกำลัง มันสมองและใช้เทคนิควิธีที่ดีที่สุด มาช่วยเหลือนำตัวทุกคนออกมาได้ โดยภารกิจนี้ใช้ระยะเวลาเพียง 18 วันเท่านั้น

นอกจากนั้นแล้วจังหวัดเชียงรายได้มีการนำเสนอแบรนด์ท่องเที่ยว “ฮักเชียงราย” ของจังหวัดเชียงราย จากการร่วมสร้างแบรนด์ของจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงราย ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างของแบรนด์ฮักเชียงราย เกิดจากจังหวัดเชียงรายที่มีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นเมืองที่มีวิถีชีวิตและมีรสนิยม ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใสมีมิตรไมตรีที่ดีงาม มีธรรมชาติที่สวยงาม สถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมที่ยิ่งใหญ่งดงาม นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และเป็นเขตการค้าและการท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ด้านน้องกอดอุ่นตัวแทนของแบรนด์ เป็นตุ๊กตาสีเขียว เป็นรูปภูเขา ที่แทนความเป็นธรรมชาติที่สดใส สดชื่นและสะท้อนเอกลักษณ์และของแบรนด์ได้เป็นอย่างดี แบรนด์ฮักเชียงรายจะถูกนำไปใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมดของจังหวัดเชียงราย ผ่านการสื่อสารการท่องเที่ยว โดยการใช้น้องกอดอุ่น บอกเล่าเรื่องราวความน่าเที่ยวน่าสัมผัสหรือน่ากอด นั่นเอง



แผนภาพที่ 6-24 ภาพลักษณ์เมืองแม่สาย

ที่มา : ผู้คอมเมนต์ในเว็บไซต์ Pantip, รูปภาพ พ.ศ. 2524 https://2g.pantip.com/cafe/blueplanet/topic/E10751389/E10751389.html , งานมหัศจรรย์ 10 ชาติพันธุ์แม่สาย, https://www.facebook.com/maesai10tribes/

ภาพลักษณ์ของเมืองเชียงของ

เมืองเชียงของนั้นถูกจดจำในการเป็นเมืองทางผ่านสู่หลวงพระบาง จากการที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปหลวงพระบางด้วยการนั่งเรือที่เชียงของข้ามฝากไปยังฝั่งลาว และเดินทางสู่หลวงพระบาง มีบทบาทเป็นประตูสู่หลวงพระบาง-อินโดจีน ทำให้เมืองเชียงของเป็นเมืองเกษตรกรรม นักท่องเที่ยวจดจำในฐานะเมืองทางผ่าน หลังจากที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ถูกประกาศให้เป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้เชียงของมีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ การค้าและการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีการเชื่อมโยงระบบการขนส่งด้านคมนาคมครบทั้ง 4 มิติ ได้แก่

- ทางบก ที่มีถนนเส้นทางสาย R3A เชื่อมการขนส่งกับทางจีนและ สปป.ลาว
- ทางน้ำ โดยเชียงของเป็น 1 ในเมืองที่มีท่าเรือสากล สามารถรองรับเรือสากลได้
- ทางราง โดยมีเส้นทางรถไฟสายใหม่ เด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ รองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจอาเซียนและการเติบโตของจีน ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างศูนย์ขนส่งสินค้ามูลค่ากว่า 2,000 ล้านบาท สำหรับรองรับระบบรางในอนาคตอีกด้วย
- ทางอากาศ โดยขณะนี้ทางอำเภอมีแผนพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่สนามบินเก่า ที่เคยใช้ในสมัยสงครามคอมมิวนิสต์ ให้กลับมาใช้งานได้ ซึ่งหากทุกอย่างเป็นไปตามแผนก็จะทำให้อำเภอเชียงของมีมิติของการเดินทางและการคมนาคมที่ครบทุกมิติ

โดยขณะนี้อำเภอเชียงของได้วางแผนด้านการท่องเที่ยวของเชียงของให้เป็น “Sport City” โดยใช้ต้นทุนเรื่องการมีวัฒนธรรม ธรรมชาติและวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของเชียงของมาเป็นจุดขายหลัก และได้วางกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้อย่างหลากหลาย อาทิ จัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน ในพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำโขง การจัดให้มีกิจกรรมและการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบิ๊กไบก์ กิจกรรมการวิ่งมาราธอน เป็นต้น

นอกจากนั้นเชียงของยังได้วางแผนการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนตำแหน่งทางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเชียงของจาก “เมืองผ่าน” เพื่อเดินทางต่อไปยังเมืองหลวงพระบาง ให้กลายเป็น เมืองสุดยอดจุดหมายปลายทางที่ ผู้คนอยากมาเยี่ยมเยือน (Best Destination) มุ่งเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวครบวงจร โดยแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบคือ “เที่ยวเชียงของ” หมายถึง การท่องเที่ยวหลากมิติในพื้นที่อำเภอเชียงของ อาทิ การเที่ยวเที่ยวเชิงธรรมชาติชมทัศนียภาพที่สวยงามริมน้ำโขง การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัดเก่าคูเมืองเก่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไทลื้อ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำร้อนโป่งมุ่น เป็นต้น “เที่ยวข้ามโขง” หมายถึง การท่องเที่ยวจากเชียงของข้ามไป สปป.ลาว บ่อแก้ว หลวงน้ำทา หลวงพระบาง เวียดนาม จีนตอนใต้ “เที่ยวทางธรรม” หมายถึง การท่องเที่ยวกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต ในวัดเก่า พระพุทธรูปเก่า และพระธาตุต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองเชียงของให้เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ผ่านกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ



แผนภาพที่ 6-25 ภาพลักษณ์เมืองเชียงของ
ที่มา : ตามรอยแม่น้ำโขง จากเมืองเชียงแสนถึงแดนดินเชียงของ http://www.lougrugschool.com,
Chiang kong The Best Destination, http://www.chiangkhongbestdestination.com/th/home.aspx

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจร

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาแม่สาย

ด่านพรมแดนแม่สายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงรายและอำเภอแม่สายมาช้านาน ย้อนกลับไปราว พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เคยประเมินแหล่งท่องเที่ยวในเชิงความประทับใจและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในบรรดา 34 แห่งที่ระบุถึงในการสำรวจครั้งนั้น พบว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอแม่สายอยู่ด้วยไม่น้อย ได้แก่ ถ้ำปุ่มถ้ำปลา ถ้ำผาจม ขุนน้ำนางนอน ดอยผำหมี พระธาตุดอยตุง พระธาตุดอยเวา และท่าขี้เหล็ก-แม่สาย โดยที่ท่าขี้เหล็ก-แม่สายได้คะแนนสูงที่สุดในทั้งสองด้าน

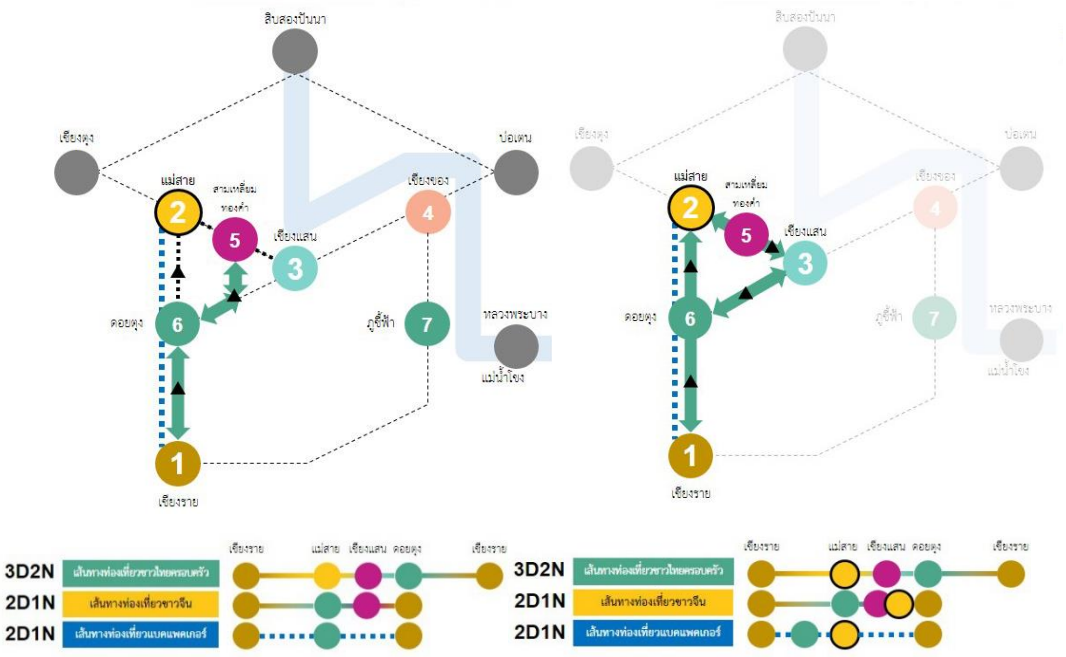
จากการเป็นจุดเชื่อมต่ออย่างเป็นทางการของประเทศไทยและประเทศเมียนมาส่งผลให้ประชาชนของทั้งสองประเทศใช้เส้นทางนี้สัญจรไปมาเพื่อการท่องเที่ยว ค้าขายชายแดน ลงทุน ซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอแม่สายซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนไทยมักนิยมข้ามแดนไปจับจ่ายซื้อหาสินค้านานาชนิด ทั้งสินค้าราคาถูกจากประเทศจีน รวมถึงสินค้าพื้นเมืองของฝั่งพม่ากันที่ตลาดท่าขี้เหล็ก โดยที่บริเวณริมสะพานฝั่งไทยได้มีการจัดทำป้าย “เหนือสุดยอดแดนในสยาม” (The Northernmost Point of Thailand)

สำหรับให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปเป็นที่ระลึก สัญลักษณ์สำคัญของเมืองแม่สายที่ได้รับการตอกย้ำโดยสื่ออยู่เสมอ เช่น โครงการก้าวคนละก้าวฯ นำโดยตูน บอดี้สแลม (อาทิวราห์ คงมาลัย) ก็ใช้จุดนี้เป็นจุดสิ้นสุดของการวิ่ง และร่วมถ่ายภาพกับป้ายนี้ด้วย

อย่างไรก็ดี หลังจากพม่าเปิดให้ใช้หนังสือเดินทางระหว่างประเทศและวีซ่าไทย-พม่าข้ามผ่านด่านนี้เมื่อ พ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวประเทศอื่นก็ให้ความสนใจเข้าไปเที่ยวพม่าโดยใช้ช่องทางนี้มากยิ่งขึ้น งานวิจัยหลายชิ้นที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายก็ยืนยันเช่นนั้น ด่านพรมแดนแม่สายเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเชียงรายเสมอ เช่น เฉลิมชัย อัศวโสภี ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวบริเวณด่านพรมแดนไทย-พม่า พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และโสด ทำให้อาจมองได้ว่าตลาดชายแดนแม่สายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้ไม่มาก ซึ่งพอจะเดินทางมาเที่ยวกันเองได้ นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจไปเที่ยวฝั่งท่าขี้เหล็ก โดยมากมักรับประทานอาหารให้เรียบร้อยจากฝั่งไทยก่อนข้ามไป เพราะร้านฝั่งท่าขี้เหล็กส่วนใหญ่เป็นอาหารพื้นเมืองที่คนไทยไม่ค่อยนิยมรับประทาน เว้นเสียแต่จะเป็นคนในพื้นที่ซึ่งคุ้นชินหรือไม่ก็คือนักท่องเที่ยวที่ชอบลองอาหารแปลกใหม่

กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอแม่สายมีให้เห็นตลอดทั้งปี กิจกรรมที่เป็นที่รู้จักที่ได้จัดต่อเนื่องมาหลายปีก็คือ “เค้าท์ดาวน์ 2 แผ่นดิน เชื่อมสัมพันธ์ไทย-เมียนมา” จัดงานที่สะพานแห่งที่ 1 ช่วงวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี โดยในวันดังกล่าวทางการไทยจะขยายเวลาเปิดด่านผ่านแดนไปจนถึงเวลา 02.00 น. ของวันที่ 1 มกราคม “ประเพณีนมัสการและสรงน้ำพระธาตุดอยตุง” จัดในวันขึ้น 13-14-15 ค่ำ เดือน 4 เป็นประจำทุกปี ซึ่งตรงกับช่วงเดือนมีนาคม “มหัศจรรย์ 10 ชาติพันธุ์แม่สาย” ในช่วงวันหยุดยาวต้นเดือนธันวาคม

นอกจากนี้แล้วยังมีงานอื่น ๆ เช่น ประเพณีมหาสงกรานต์, ประเพณีลอยกระทง, งานฤดูหนาวและของดีแม่สาย พิธีบวงสรวงพระเจ้าพรหมมหาราช รวมทั้งประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น ประเพณีปอยส่างลองของชาวไทใหญ่ และบวชลูกแก้วของชาวไทลื้อ จัดที่วัดผาแตก (ผาคำ) ต.เวียงพางคำ ซึ่งก็อาจจะมีกิจกรรมที่ไม่ได้เป็นกิจกรรมประจำปี ถูกสอดแทรกเข้ามาอีก งานเหล่านี้มักจัดกันมากในช่วงปลายปีงบประมาณ เช่น งานแข่งขันทวิกีฬาแม่สาย (วิ่ง-ปั่น) โครงการก้าวคนละก้าวเพื่อ 11 โรงพยาบาลทั่วประเทศ กิจกรรม “แม่สายแกรนด์เซลล์ ถูกแต๊แม่สาย”



แผนภาพที่ 6-26 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาแม่สาย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่เชียงของ

สำหรับเมืองเชียงของนั้น ก็ถือว่าเป็นอีกพื้นที่หนึ่งในจังหวัดเชียงรายที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในจุดเข้าออกชายแดน ทั้งด้วยตำแหน่งของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น วัดศรีดอนชัย ที่ประดิษฐานหลวงพ่อเพชร พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองเชียงของ วัดพระแก้ว วัดหลวงไชยสถาน วัดสบสมและวัดหาดไคร้ เป็นต้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต เช่น วัฒนธรรมหมู่บ้านไทลื้อ การผลิตผ้าฝ้ายลายน้ำไหลซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงของอำเภอ เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว ยังมีสะพานมิตรภาพไทยลาว แห่งที่ 4 ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการเชื่อมโยงด้านการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวกับประเทศต่าง ๆ โดยการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งนี้เกิดขึ้นตามแนวเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (ห้วยทราย-เชียงของ) หรือโครงการก่อสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายซึ่งได้มีการเปิดใช้ตั้งแต่ช่วงปลาย พ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวสามารถใช้สะพานแห่งนี้ข้ามไปสู่แขวงบ่อแก้วของประเทศลาวที่เชื่อมเข้าเส้นทางหมายเลข 3A (R3A) ถนนที่เชื่อมระหว่างจีน-ลาว-ไทย ถนนเส้นนี้เริ่มจากอำเภอเชียงของประเทศไทย-บ่อแก้ว-หลวงน้ำทา-บ่อเต็น ประเทศลาว เชื่อมไปยังบ่อหาน-เชียงรุ่งหรือจิ่งหงในแคว้นสิบสองปันนาสิ้นสุดที่นครคุนหมิง มณฑลยูนนานในประเทศจีน ทำให้อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองหน้าด่านหลักที่จะรองรับการเดินทางท่องเที่ยว การค้าขายที่การขนส่งสินค้าด้วยระบบถนนผ่านจุดเชื่อมคือสะพานดังกล่าว ปัจจุบันอำเภอเชียงของได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเตรียมรองรับการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

เช่น การสร้างจุดชมวิวห้วยทรายมาน และแลนด์มาร์คปลาบึกขนาดใหญ่สุดในโลกบนพื้นที่ 40 ไร่ติดริมน้ำโขงไทย-ลาว ฝั่งอำเภอเชียงของ ทุ่งดอกไม้ 3 ฤดูบนเนินเขาเลียบน้ำโขง เป็นต้น

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (2557) ได้สำรวจความคิดเห็นประชาชนในอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย ในหัวข้อ “เชียงของ...ความพร้อมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนแห่งใหม่” เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงของหลังจากเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย- ลาว แห่งที่ 4 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.50 คิดว่าการเปิดใช้สะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอเชียงของนั้นเพิ่มขึ้น เนื่องจากเกิดจากการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ เช่น ถนนและสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศลาวและจีนตอนใต้ เดินทางมาเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น เป็นต้นรองลงมา ร้อยละ 12.92 เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าเดิม และร้อยละ 9.58 เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากจุดผ่านแดนแห่งใหม่อยู่ห่างจากแห่งเดิมมากกว่า 10 กิโลเมตร จากนั้นได้สอบถามถึงด้านความพร้อมของอำเภอเชียงของต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนในอนาคต พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.20 คิดว่ามีความพร้อม โดยประชาชนคิดว่ามีความพร้อมใน ด้านแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมและประเพณี อันดับ 2 ในด้านโรงแรมและที่พักในอำเภอเชียงของ และอันดับ 3 ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สำหรับข้อเสนอแนะของประชาชนในอำเภอเชียงของต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนนั้น อันดับ 1 (ร้อยละ 32.34) เสนอว่าควรสร้างและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดความสนใจและมีความสะอาด สวยงาม เช่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นต้น อันดับ 2 (ร้อยละ 22.16) เสนอว่าควรปรับปรุงและพัฒนาด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนนหนทาง ที่พัก ร้านขายของ เป็นต้น และอันดับ 3 (ร้อยละ 20.96) ควรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราญวัตถุ และมีจุดบริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้ผลสำรวจจะพบว่าแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงของจะเป็นไปในทิศทางที่ดี มีนักท่องเที่ยวจีนนิยมที่เดินทางผ่านเส้นทางสะพานมิตรภาพนี้มากขึ้น แต่จากการลงพื้นที่ก็พบว่ายังมีปัญหามากมายที่ท้าทายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงของอยู่ เช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือการสร้างจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ปัญหาการย้ายจุดบริการประทับตราหนังสือเดินทางหรือพาสปอร์ตและวีซ่า ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่อำเภอเชียงของลดลง ส่งผลกระทบต่อประชาชนที่ประกอบอาชีพขับรถรับจ้าง เรือรับส่งผู้โดยสาร มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการน้อยลงและร้านขายสินค้าในตัวอำเภอเชียงของเงียบเหงา เป็นต้น ผลกระทบตั้งแต่ปลายปีที่มีการเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4และการที่รัฐบาลได้ออกกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดต่อการเข้ามาของรถนักท่องเที่ยวจีนเมื่อปี พ.ศ. 2559 เป็นโจทย์ใหญ่ให้กับ

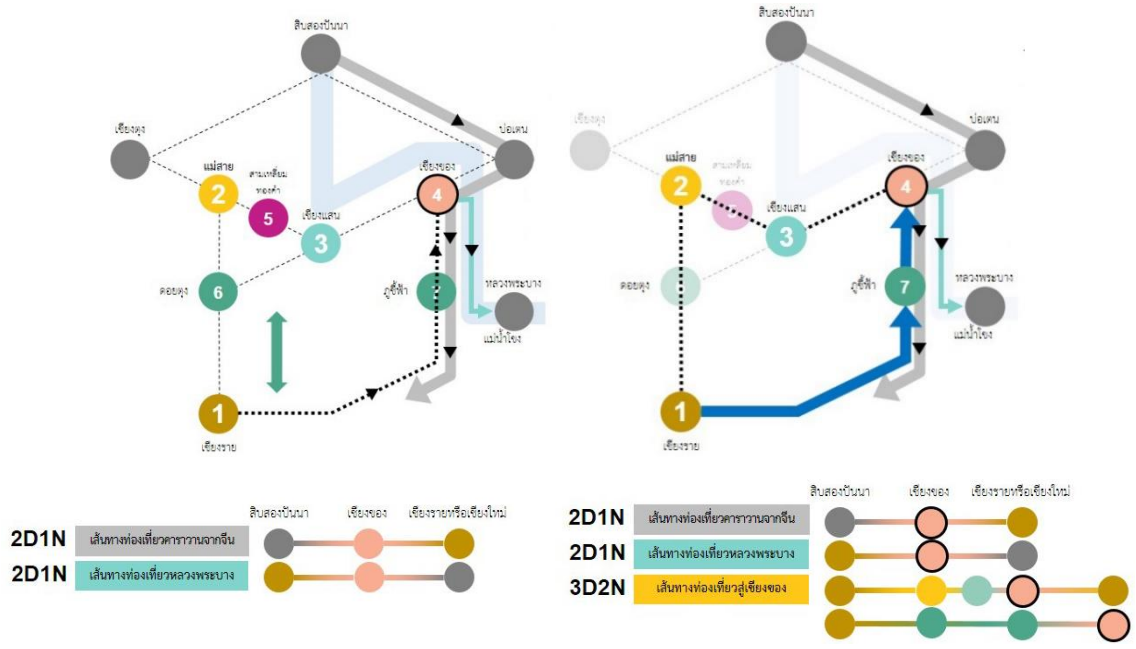
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้สามารถดึงนักท่องเที่ยวกลับมาได้อีกหลังจากสะพานใหม่เปิดใช้

โครงการจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจชายแดน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (2560) สำรวจพบว่ามีนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มหลักในพื้นที่เมืองเชียงของ กลุ่มแรกคือนักท่องเที่ยว YOLO! นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ซึ่งตอนนี้อยู่ในช่วง 1 ปี ระหว่างรอเรียนต่อ (Gap Year) จึงได้ซื้อทัวร์ในรูปแบบที่เรียกว่า Yolo tours (YOLO ย่อมาจากคำว่า You Only Live Once) เป็นทัวร์ที่เปิดรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุระหว่าง 18 ถึง 39 ปี ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายเพื่อให้ได้ท่องเที่ยวในหลายจุดหมายปลายทางในระยะเวลาอันสั้น อีกทั้งยังเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็ก มากที่สุด 18 คน แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 12 คน โดยทัวร์นี้มีอยู่ในทั้ง 7 ทวีป ได้แก่ แอฟริกาใต้ โอเชียเนีย อเมริกาเหนือ ตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกากลาง เอเชีย และแอฟริกา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่ในแผนของทัวร์เอเชีย ราคาของทัวร์ดังกล่าวเฉลี่ยหัวละประมาณ 2,899 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 98,365 บาท ใช้เวลาในการเดินทางทั้งหมด 30 วัน ทั้งหมด 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย เวียดนาม กัมพูชา และ สปป.ลาว โดยวันแรกจะเริ่มต้นที่กรุงเทพมหานครของประเทศไทย ก่อนจะมุ่งหน้าไปยังเสียมเรียบ กรุงพนมเปญ สีหนุวิลล์ ประเทศกัมพูชา ต่อด้วยเมืองเกิ่นเทอ โฮจิมินห์ ญาจาง ดงนัง ฮอยอัน เว้ ฮาลอง ฮานอย ประเทศเวียดนาม และไปต่อยังเวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง ปากแบง สปป.ลาว ท้ายสุดมาที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ขึ้นเครื่องกลับไปยังจุดเริ่มต้น คือ กรุงเทพฯ ข้อสังเกตสำคัญ คือ การท่องเที่ยวแบบนี้ได้จัดให้อยู่ในประเทศเวียดนามนานสุดถึง 8 วัน รองมา คือ สปป.ลาว 4 วัน กัมพูชา 3 วัน และไทย 3 วัน โดยพื้นที่เชียงของเป็นหนึ่งในจุดหมายที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยเรือช้า (slow boat) มาจากสปป.ลาวในวันที่ 27 ของแผนการท่องเที่ยว แต่ก็เป็นเพียงแค่ทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางที่แท้จริงอย่างเชียงใหม่เท่านั้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติก็จะพักค้างเพียงหนึ่งคืน ท่องเที่ยวยามราตรี ทานอาหารเช้า และนั่งรถต่อไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ขึ้นดอยสุเทพ ชมมวยไทย เดินตลาดนัดกลางคืน นวดแผนไทย เรียนทำอาหาร ปั่นจักรยานรอบเมือง โหนสลิงค์เหนือป่า เป็นต้น เมืองเชียงของจึงมีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นจุดหมายที่สำคัญเช่นเดียวกันเชียงใหม่ ด้วยความที่เมืองเชียงของอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและมีวิถีชีวิตที่ไม่ได้มีความเป็นเมืองเท่ากับเมืองเชียงใหม่ ฉะนั้น เมืองเชียงของควรที่จะมีการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อมาเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว Gap Year เป็นสำคัญ โดยการสร้างประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (local experience) เฉกเช่นเดียวกันเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งที่สำคัญก็คือนักท่องเที่ยวจีนอิสระหรือที่เรียกว่า FIT (Freely Independent Traveler) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีรายได้ต่อหัวต่อเดือนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ นิยมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก ๆ หรือท่องเที่ยวแบบเป็นคู่ ไม่สนใจแพ็คเกจทัวร์หรือการติดต่อผ่านตัวกลางการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางเอง หาของกินเอง และหากิจกรรมต่าง ๆ ทำด้วยตนเอง และค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook Twitter และอื่น ๆ รวมถึงรับรู้ข้อมูลและข่าวสารผ่านคนรู้จัก

และกระดานสนทนาในโลกออนไลน์ นอกจากนี้ยังใช้รูปแบบการเดินทางแบบราคาประหยัด รูปแบบการท่องเที่ยวกระแสใหม่ที่เกิดขึ้นมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างมากในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนสมัยใหม่ที่มีการศึกษาและรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้มีกำลังซื้อที่สูงเช่นกัน แต่จะมีความแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่เคยมาในรูปแบบของทัวร์ขนาดใหญ่ จึงเป็นโอกาสของภาคการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของในการเจาะตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกเสียจากที่จะต้องสร้างกิจกรรมดึงดูดให้เกิดขึ้นแล้ว ยังต้องมีการเพิ่มทักษะให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในการใช้ภาษาจีน การเปิดให้ชำระสินค้าและบริการผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์อย่าง WeChat Pay และ Alipay เป็นต้น

ในภาพรวมของจังหวัดเชียงราย เส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดครอบคลุมพื้นที่ทางตะวันตกของจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ โดยเส้นทางแรกจะเริ่มตั้งแต่ตัวเมืองเชียงรายมุ่งสู่อำเภอแม่สายเพื่อไปตลาดแม่สายและข้ามแดนไปยังตลาดท่าขี้เหล็กทางฝั่งประเทศเมียนมา เส้นทางที่สองเป็นเส้นทางท่องเที่ยวออกนอกเมืองเพื่อมุ่งไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอแม่ฟ้าหลวง และเส้นทางที่สามเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเรียบแม่น้ำโขงจากแม่สายไปสู่เชียงแสนและเชียงของ โดยที่เมืองเชียงของเป็นทางผ่านหรือประตูไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวในประเทศเพื่อบ้าน เช่น เมืองหลวงพระบางของประเทศ สปป.ลาว เป็นต้น ประกอบกับการเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 และการที่รัฐบาลได้ออกกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดต่อการเข้ามาของรถนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อปี พ.ศ. 2559 ทำให้การเส้นทางการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม เมืองเชียงของจึงซบเซาลงกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัดและจะต้องเร่งพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้สามารถดึงนักท่องเที่ยวกลับมาให้ได้



แผนภาพที่ 6-27 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาเชียงของ

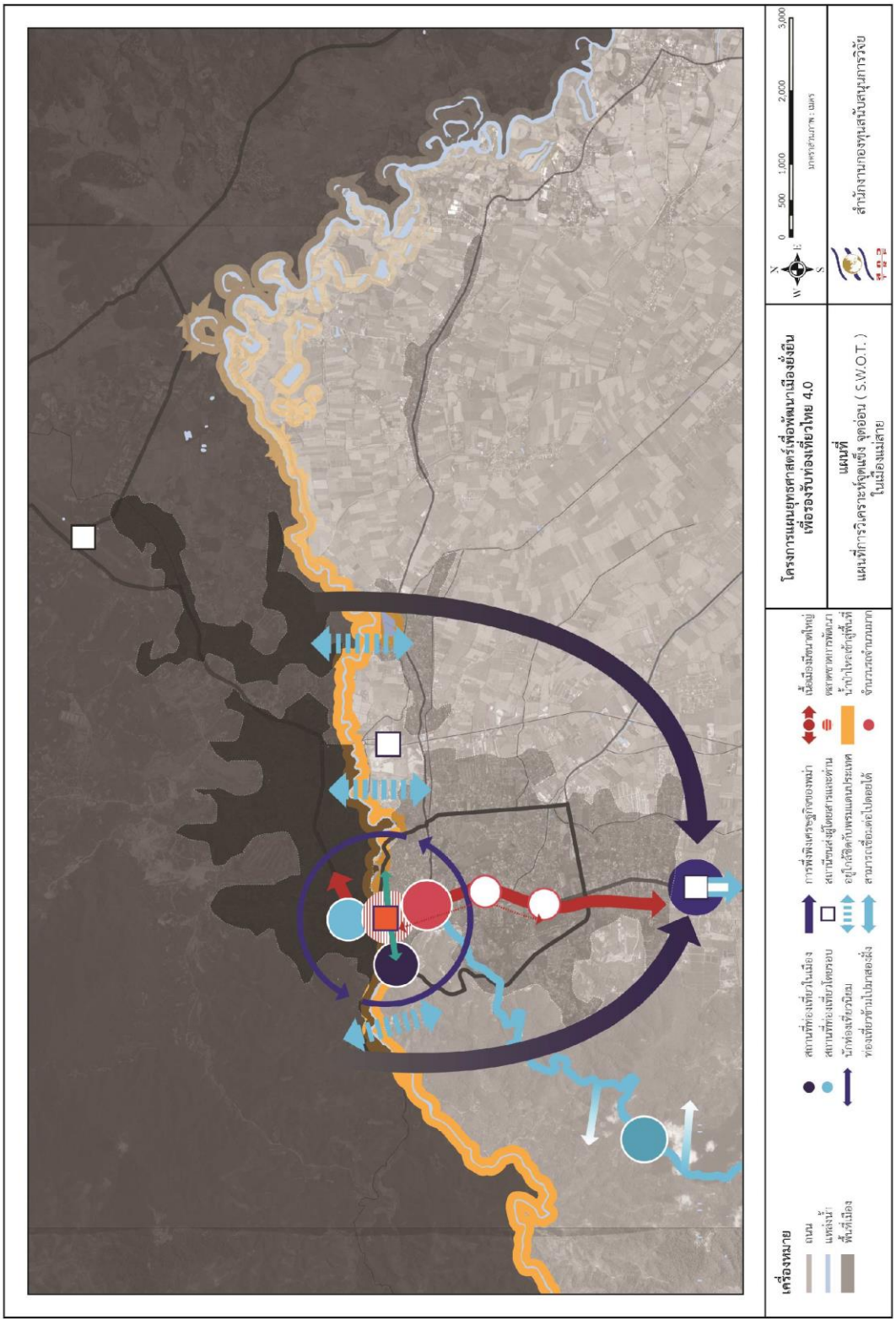
การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองแม่สาย

จุดแข็งและโอกาส

- ประเทศพม่ายังคงพึ่งพิง สินค้าอุปโภค บริโภคของฝั่งไทย
- การพัฒนาด่านชายแดนแห่งที่ 2 เป็นโอกาสในการพัฒนาด่านชายแดนที่ 1
- เมืองท่าขี้เหล็กและเมืองแม่สาย อยู่ใกล้ชิดกัน
- ประเทศพม่าและไทยมีความสัมพันธ์ กันในแง่แหล่งงาน เศรษฐกิจ และที่พักอาศัย
- มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมดอยและโบราณสถานต่าง ๆ

จุดอ่อนและอุปสรรค

- น้ำท่วมหลากจากภูเขาโดยต้นสายอยู่ในฝั่งพม่า
- สินค้าที่ค้าขายอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากไม่ได้รับการพัฒนา มาเป็นระยะเวลานาน
- ไม่มีสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ทำให้ขาดสินค้าทันสมัย
- แกนถนนทำให้เนื้อเมืองแยกจากกัน
- ตลาด สวนสาธารณะ และ ห้างสรรพสินค้าอยู่ห่างจากกัน
- เมืองการค้าชายแดน ที่ต้องการกิจกรรม การท่องเที่ยวเสริม
- ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และรอยต่อระหว่างประเทศที่ใกล้ชิดกัน



แผนภาพที่ 6-28 การวิเคราะห์ศักยภาพเมืองแม่สาย

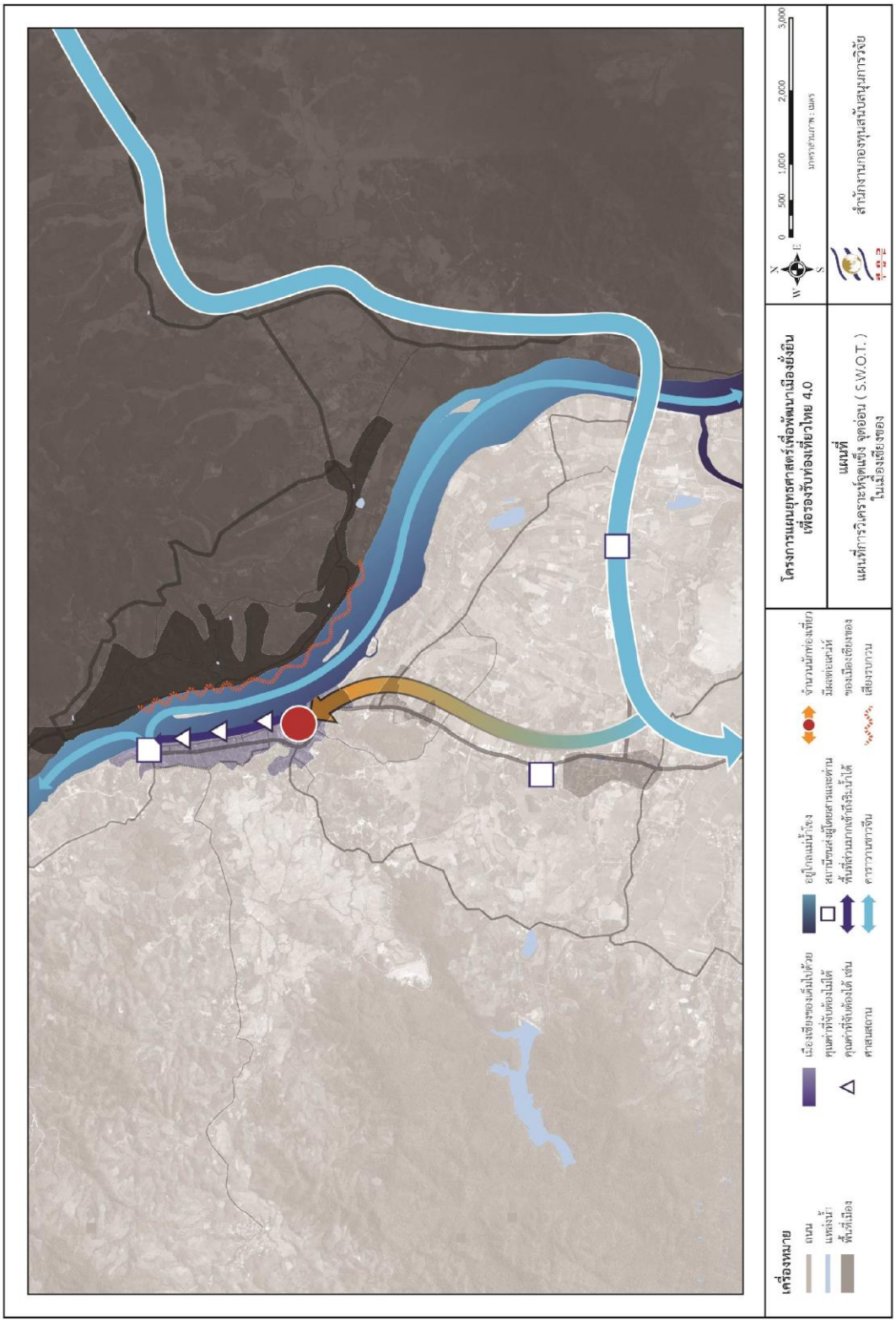
การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองเชียงของ

จุดแข็งและโอกาส

- จุดแวะพักยอดนิยม ก่อนล่องเรือเที่ยวสู่หลวงพระบาง
- คุณค่าที่จับต้องไม่ได้ ของชาวเชียงของ ชนเผ่าไทลื้อ และผ้าทอจกไก วิถีชาวแม่โขงส่าหร่ายน้ำจืด ไก อาหารของปลาบึกแหล่งเพาะปลาบึกแห่งแรงของไทย
- คุณค่าที่จับต้องได้จากการอยู่ ริมแม่น้ำโขง และวัดเก่าแก่
- นักท่องเที่ยวรูปแบบคาราวาน จากจีน จากการเปิดสะพานไทย - ลาว

จุดอ่อนและอุปสรรค

- การเข้ามารถยนต์จำนวนมาก เสี่ยงต่อการสูญเสียเสน่ห์ของเมือง
- เสียงรบกวนจากฝั่ง สปป.ลาว และการพัฒนาซึ่งไม่สามารถควบคุมได้



แผนที่ 6-9 แสดงที่ตั้งโครงการบริเวณพื้นที่เมืองเชียงใหม่

สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองแม่สาย

อดีต: เมืองเหนือสุดแดนสยาม

แม่สายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนของประเทศไทยมาเป็นเวลานาน ด้วยภาพลักษณ์ของเมืองเหนือสุดแดนสยาม การได้ข้ามไปฝั่งพม่าเพื่อซื้อของนับเป็นประสบการณ์ที่มุ่งหวังของการท่องเที่ยวของคนไทยสมัยก่อน นับเป็นประสบการณ์ที่เอากลับไปเล่าให้คนอื่นฟังได้ สามารถถ่ายรูปกับป้ายแล้วเอาไปอวดญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงได้ นอกจากนี้ การได้ข้ามไปซื้อของหนีภาษีและไม่ต้องเสียภาษีจากฝั่งพม่ามีความคุ้มกับการเดินทางไปถึงแม่สาย ทั้งในด้านราคาที่ถูกกว่าซื้อในประเทศและในด้านความหลากหลายและความใหม่ของสินค้า เช่น ผลไม้เมืองหนาว เห็ดหอมแห้ง iPhone ปลอมจากเมืองจีน สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อมีทั้งสินค้าหนีภาษีที่ขายฝั่งไทย รวมถึงสินค้าที่ข้ามไปซื้อในฝั่งพม่าที่นักท่องเที่ยวขนกลับมาเอง ดังนั้น ด้วยตำแหน่งที่ตั้งและภาพลักษณ์เมืองค้าขายชายแดน แม่สายจึงเป็นแหล่งซื้อสินค้าในชายแดนสำคัญของไทยมาเป็นเวลานาน มีผู้มาเยือนเรื่อยมาอย่างสม่ำเสมอ แม่สายจึงเมืองชายแดนที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจหลักอยู่ที่การค้าชายแดน การท่องเที่ยวเยี่ยมเยือนแม่สายจึงมุ่งไปที่การซื้อของในพื้นที่ชายแดนเป็นหลัก แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อาจมีบ้าง แต่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับการมาซื้อของและถ่ายรูปที่จุดเหนือสุดของประเทศไทย

ปัจจุบัน: การค้าอาจดูคึกคัก แต่แม่สายไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางเหมือนแต่ก่อน

แม้ว่าแม่สายยังคงได้มีคนมาเยี่ยมเยือนแม่สายอยู่เช่นเดิม แต่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางในดวงใจของคนไทยจำนวนมากอีกต่อไป ด้วยหลายปัจจัยด้วยกัน ประการแรก ทางเลือกสำหรับคนไทยในการท่องเที่ยวต่างประเทศมีมากขึ้น ด้วยคนไทยรายได้เฉลี่ยมากขึ้น และการไปเที่ยวต่างประเทศเป็นไปได้ง่ายขึ้น มีจำนวนประเทศที่ยกเว้นวีซ่ามากขึ้น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฯลฯ อีกทั้งข้อมูลที่รองรับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีมากขึ้น สามารถจองที่พักและการเดินทางต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นและทำได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ตั๋วเครื่องบินราคาถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้และราคาในสมัยก่อน การไปต่างประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นจึงถูกลง ความเป็นที่ตั้งเหนือสุดของประเทศไทยและความเป็นเมืองชายแดนจึงดูเหมือนมีแรงดึงดูดน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับสมัยก่อน

ประการที่สอง นักท่องเที่ยวที่เคยไปแม่สายมาแล้ว อาจไม่รู้ว่าจะกลับไปทำไมอีก สินค้าที่ขายที่แม่สายไม่อาจไม่ได้ปรับเปลี่ยนไปมากเท่าใดนัก ของที่วางขายก็ดูเหมือนมีลักษณะซ้ำๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าราคาถูก เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าเลียนแบบต่าง ๆ ตลาดในแม่สายเองก็ไม่มีการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเท่าใดนัก สินค้าเหล่านี้มีขายอยู่ทั่วไปในประเทศไทย ด้วยความสะดวกของการขนส่งและกระจายสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ห้างไฮเปอร์มาร์ต ตลาดนัด หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่ทั่วไป ยังไม่รวมถึงพฤติกรรมการซื้อของของคนไทยก็เปลี่ยนไป การซื้อขายของบนอินเทอร์เน็ตหรือ E-commerce จะเข้ามาครองพื้นที่การซื้อขายสินค้าในอนาคตมากยิ่งขึ้น ด้วยปัจจัยทั้งหมดนี้ ทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (comparative advantage) และความ

ได้เปรียบเชิงแข่งขัน (competitive advantage) ของแม่สายลดได้น้อยลงไปมาก ทั้งในด้านความเฉพาะของสินค้า ความหลากหลาย และแม้แต่ด้านราคา

ปัญหาของแม่สายอีกประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวคนไทยมักเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ ไม่ค่อยพักแรมในแม่สาย โดยมากพักอยู่ในตัวเมืองเชียงราย จึงไม่มีโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากพักแรมแบบเน้นประสบการณ์ใหม่ในแม่สายเท่าใดนัก แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติพักค้างบ้าง แต่ไม่มากเท่าใดนัก การที่ถนนระหว่างเมืองเชียงรายกับแม่สายมีความกว้างขวางและเดินทางสะดวก ยิ่งทำให้คนไม่มีความจำเป็นหรือต้องการพักที่แม่สาย นักท่องเที่ยวที่ไปแม่สายจำนวนมาก ไม่คิดว่าแม่สายมีอะไรมากกว่าตลาดขายของหรือจุดข้ามชายแดนไปพม่า ส่วนหนึ่งเป็นเพราะไม่ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นอย่างเป็นระบบ อีกทั้งองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของแม่สายก็ยังไม่เอื้อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอยากอยู่ต่อหรือกลับมาอีกครั้งหนึ่งเพื่อค้างแรมและหาประสบการณ์อื่น ๆ ในแม่สาย

อาจกล่าวได้ว่า แบรนด์ของแม่สายในฐานะเมืองท่องเที่ยวไม่เปลี่ยนไปจากเดิมเท่าใดนัก ภาพลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ก็ยังคงเหมือนเดิม อีกทั้งองค์ประกอบของเมืองและแหล่งท่องเที่ยวในแม่สายก็ไม่ได้ต่างจากเดิมมาก แบรนด์ของแม่สายในฐานะจุดเหนือสุดแดนสยาม อาจเป็นแบรนด์ที่อาจขายไม่ได้เหมือนเดิม ด้วยเพราะคนไทยไปต่างประเทศง่ายขึ้น สินค้าของที่ซื้อได้ก็สามารถหาได้ง่ายขึ้น ทั้งในต่างประเทศและออนไลน์ กิจกรรมที่จัดอยู่ก็อาจเน้นคนกลุ่มเดิม เช่น ถนนคนเดินที่จัดอยู่ก็แทบไม่แตกต่างจากตลาดนัดในเมืองอื่น ๆ หรือแม้แต่งานกิจกรรมชาติพันธุ์ต่าง ๆ แม้เป็นกิจกรรมที่ดี ควรส่งเสริมอย่างยิ่ง แต่อาจยังไม่ได้ปรับแต่งให้ร่วมสมัย (contemporary) จึงไม่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักท่องเที่ยวอีกรุ่นหนึ่งให้ความสนใจกับแม่สายดังที่ให้ความสนใจกับเมืองอื่น ๆ ในประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศก็เป็นได้

อย่างไรก็ตาม ความเป็นจุดเข้าออกของผู้คนและสินค้าก็ยังเป็นศักยภาพที่สำคัญมากของแม่สาย แม่สายกลายเป็นด่านแรกของคนพม่าที่อยากเข้ามาซื้อของเมืองไทย ทั้งคนพม่าเข้ามาซื้อของที่ฝั่งแม่สาย แล้วเอากลับไปขายฝั่งพม่า คนพม่าที่อยากเข้ามาเที่ยวเมืองไทย แม่สายยังคงความเป็นเมืองชายแดนที่มีการซื้อขายสินค้าเป็นหลักและเป็นเมืองศูนย์กลางด้านพาณิชยกรรมทั้งของฝั่งไทยและฝั่งพม่า สินค้าอุปโภคบริโภคจากเมืองไทย ได้รับความนิยมมากกว่า เพราะเชื่อว่ามีคุณภาพดีกว่า เศรษฐกิจแม่สายพึ่งพิงอยู่กับการพัฒนาในฝั่งพม่ามากขึ้น

นอกจากนี้แล้ว พื้นที่ธรรมชาติรอบข้างของแม่สายก็มีศักยภาพสูง ทั้งหมู่บ้านผาหมี สวนผลไม้ และไร่ชา แม้แต่พื้นที่ในเมืองแม่สายเอง เมื่อเดินออกจากพื้นที่ตลาดสายลมจอยออกไป ก็สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้ และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นพื้นที่พักค้างขนาดเล็กได้เป็นอย่างดี

อนึ่ง เหตุการณ์เด็กนักฟุตบอลทีมหมู่ป่าที่ติดในถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอนและได้รับความช่วยเหลือออกมาได้อย่างปลอดภัยนั้น ได้ทำให้ชื่อของเชียงรายเป็นที่รู้จักในระดับโลกมากขึ้น ความท้าทายในด้านการท่องเที่ยวสำหรับแม่สายคือ จะสามารถใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์ดังกล่าวได้อย่างไร นับเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาพิจารณาต่อไป

อนาคต: แพร่งทางเลือกของแม่สาย – ปล่อยแบบนี้ไปหรือเปลี่ยนทำใหม่

จากการสำรวจพื้นที่แม่สาย คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า แม่สายมีศักยภาพสูงที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำได้มากกว่าที่เป็นอยู่นี้ได้ แม่สายมีองค์ประกอบของเมืองที่พัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนได้ โดยเฉพาะความเป็นชายแดนมี romantic อยู่ในตัวเอง แม้ว่าความเป็น frontier จะน้อยลง คนพม่าลงมาซื้อของที่ประเทศไทย แม่สายเป็นด่านแรกของคนพม่าที่จะเข้าเมืองไทย นอกจากนี้ ในอนาคตคนจีนจากตอนใต้ของประเทศจีนอาจลงมาทางนี้ได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการปกครองภายในประเทศพม่า

แนวคิดในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจแม่สาย รวมถึงการพัฒนาและออกแบบเมือง ควรคำนึงถึงสภาพของระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้นในพื้นที่นี้ กล่าวคือ เมืองแม่สายและเมืองท่าขี้เหล็กอยู่ใกล้ชิดกันมากจนแทบเป็นเมืองเดียวกัน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจการค้าชายแดน ด้านแหล่งงาน และที่พักอาศัย ในด้านการท่องเที่ยวเองก็เช่นกัน ยุทธศาสตร์ที่น่าจะสำรวจและพิจารณาต่อไปคือการมองเมืองท่าขี้เหล็กและแหล่งท่องเที่ยวในพม่าให้อยู่ในระบบนิเวศ (ecosystem) หรือตลาดเดียวกับแม่สาย ไม่ได้แยกทั้งสองออกจากกันดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนี้ แม่สายยังตั้งอยู่บนเส้นทางการท่องเที่ยวหลักที่เชื่อมโยงกับศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคอย่างเชียงราย ซึ่งเป็นเส้นทางของการท่องเที่ยวที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบ เช่น บุญรอดฟาร์ม ไร่ชาฉุยฟง แม่สายจึงมีโอกาสในการตอบรับกับกระแสแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ ความแท้ (authenticity) และความหลากหลาย (diversity) แต่ต้องสร้างความร่วมสมัย (contemporary) ให้มากขึ้น



แผนภาพที่ 6-30 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองแม่สาย



แผนภาพที่ 6-31 การเปลี่ยนแปลงของเมืองแม่สายและเชียงของ ตามฉากทัศน์ “ประตูสู่ไทย”

ความท้าทายด้านการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

จากการลงสำรวจพื้นที่โดยคณะผู้วิจัยเมื่อเดือนมีนาคมและเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา เป็นที่สังเกตว่าเมืองแม่สายค่อนข้างมีความสะอาด ขยะน้อย ไม่เกลื่อนกลาด แสดงถึงความสามารถในการบริหารจัดการขยะของเทศบาลตำบลแม่สาย อาจมีข้อจำกัดด้านที่การจอดรถอยู่บ้างในบางพื้นที่ แต่ดูเหมือนว่ายังพอมีที่จอดรถของเอกชนที่รองรับได้บ้าง จากที่ได้สัมภาษณ์หน่วยงานท้องถิ่นพบว่า ปัญหาที่จอดรถมีอยู่บ้างในช่วงงานเทศกาลที่มีคนเดินทางเข้ามาเยอะ แต่ในช่วงปกติทั่วไป ก็ยังพอมีพื้นที่จอดรถเพียงพออยู่ ปัญหาการจราจรติดขัดที่สำคัญเกิดขึ้นบนถนนพหลโยธินก่อนถึงด่านพรมแดนไทย-พม่า โดยมีสาเหตุหลักคือข้อจำกัดของกระบวนการตรวจสอบเอกสารและพาหนะที่ข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ ปัญหาการจราจรนี้อาจลดน้อยลง เมื่อมีการเดินทางเข้าออกตรงด่านพรมแดนแม่สายแห่งที่ 2 ได้รับความนิยมมากขึ้น อนึ่ง การพัฒนาด่านชายแดนแห่งที่ 2 เป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคามของการพัฒนาพื้นที่เมืองแม่สายในบริเวณด่านชายแดนเดิม จึงต้องมีการวางแผนสร้างจุดยืน (positioning) ด้านการตลาดของทั้งสองพื้นที่ให้สามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ซึ่งกันและกัน

ปัญหาทั่วไปของเมืองแม่สายที่คาดว่าจะมีผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาและออกแบบเมืองแม่สายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ ได้แก่ ปัญหาน้ำท่วมน้ำหลาก โดยเฉพาะในบริเวณติดกับแม่น้ำแม่สาย ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับปัญหาการรักษาตลิ่งทั้งฝั่งไทยและฝั่งพม่า และปัญหาการสร้างอาคารลุกล้ำเข้าไปในแม่น้ำ รวมถึงการตื้นเขินของแม่น้ำในหลายจุด จากการสอบถามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่พบว่าแม่สายมีแผนพัฒนาเมืองในระดับยุทธศาสตร์ระยะยาว ซึ่งมุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเมืองเพื่อตอบโจทย์หรือวิสัยทัศน์ระยะยาวของเมือง โดยเฉพาะ

ในการพัฒนาเมืองเพื่อเข้าสู่ความเป็นเมืองท่องเที่ยวยุคใหม่ วาระสำคัญของการวางผังเมืองหรือการบริหารจัดการเมือยังคงเน้นการแก้ไขประเด็นปัญหาเฉพาะหน้าที่มีอยู่ หรือไม่ก็ตอบโจทย์ของการสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษในบริเวณชายแดนตามนโยบายของรัฐบาลในระดับประเทศ

สำหรับประเด็นด้านการออกแบบเมืองนั้น ในภาพรวม เมืองแม่สายมีเอกลักษณ์เฉพาะตามสภาพภูมิประเทศที่มีภูเขาล้อมรอบเมือง โดยเฉพาะในส่วนกลางเมืองที่เป็นตลาดขนาดใหญ่ รูปแบบและภาพลักษณ์ของเมืองแม่สายในปัจจุบันสะท้อนความเป็นเมืองการค้าชายแดนอย่างชัดเจน โดยมีร้านค้าอยู่ในตลาดที่อยู่ติด ๆ กันหลายแห่ง ในบางพื้นที่ของเมืองมีความลาดชันบ้าง ทำให้มีมุมมอง มีจุดหมายตา มีความสนุกของพื้นที่ที่ผู้มาเยือนสามารถสัมผัสได้ อย่างไรก็ตาม การจัดการพื้นที่ตลาดยังไม่ดีค่อยดีนัก ไม่มีการออกแบบภาพรวมให้ดี นับเป็นประเด็นการออกแบบที่ยังต้องพิจารณาและพัฒนาต่อไป

ความท้าทายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาและออกแบบเมืองแม่สายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำได้ คือการบริหารจัดการของท้องถิ่น เนื่องจากพื้นที่เมืองแม่สาย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเส้นทางและพื้นที่ท่องเที่ยวเดียวกันได้นั้นตั้งอยู่ในพื้นที่การปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่ง การสร้างกลไก กระบวนการและเครื่องมือในการร่วมมือวางแผนและพัฒนาพื้นที่เมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้การบริหารจัดการเมืองจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแสดงบทบาทเป็นผู้นำ หน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคจำเป็นต้องตระหนักถึงหลักการพื้นฐานข้อนี้

ความท้าทายด้านการพัฒนาและออกแบบเมือง

ในด้านการออกแบบและพัฒนาเมืองนั้น ความท้าทายหลักของแม่สายคือ จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างและองค์ประกอบด้านกายภาพ รวมถึงภาพลักษณ์ของเมืองแม่สายอย่างไรด้วยวิธีการใด เพื่อให้สามารถก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ของการเป็นเมืองค้าขายและท่องเที่ยวชายแดนชั้นนำได้ เป้าหมายหลักคือเพื่อเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวและการค้าขายในแม่สายเพิ่มขึ้น โดยมีการพักค้างเพิ่มขึ้นและมีการเพิ่มมูลค่าสินค้า ทั้งด้านบริการท่องเที่ยว และด้านสินค้าที่ขายในตลาด อีกทั้งยังมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ที่ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อน

จุดเริ่มต้นหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองแม่สายเพื่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำคือการพัฒนาแบรนด์ของแม่สาย นับตั้งแต่การพัฒนาและปรับภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเสริมเข้าไปกับความเป็นเมืองการค้าชายแดน และเมืองศูนย์กลางระดับภูมิภาคที่รวมฝั่งพม่า การสร้างกิจกรรมชายแดนร่วมสมัย นอกจากนี้ การพัฒนาแบรนด์และการพัฒนาและออกแบบเมืองควรใช้ความเป็นเมืองชายแดน และภูมิประเทศที่เป็นหุบเขาในการสร้างอัตลักษณ์ของเมืองให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เสริมไปด้วยการสร้างภาพของเมืองให้เป็น

พหุวัฒนธรรม เปิดรับความแตกต่างและความหลากหลายทางเชื้อชาติพันธุ์ และสร้างความเป็นเมืองร่วมสมัยจากรากฐานที่มีอยู่

นอกจากนี้แล้ว แม่สายควรใช้ความเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าขายชายแดนให้เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยว โดยพัฒนาพื้นที่เมืองและองค์ประกอบอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยการเป็นข้อต่อของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่โดยรอบ โดยเฉพาะในฝั่งพม่า ส่วนการเชื่อมโยงเมืองและการพักค้างเข้ากับเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากเมืองเชียงรายในเส้นทางเข้าสู่แม่สาย หรือเมืองชายแดน แม่สาย เชียงแสน เชียงของ ก็คงต้องดำเนินการต่อไป

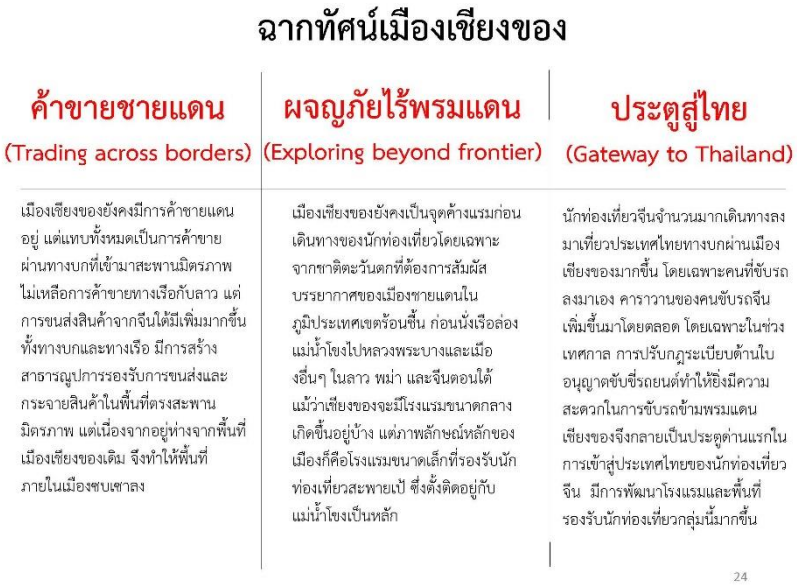
ในด้านการตลาดนั้น แม่สายต้องดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงรุกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น โดยที่มีกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่เฉพาะคนไทย แต่รวมไปนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยประเทศจีน การสื่อสารไม่ควรเน้นเฉพาะการเชิญชวนให้คนมาเที่ยวและซื้อของเท่านั้น แต่เปิดกว้างสำหรับกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การกีฬา การศึกษา การประชุม ฯลฯ ในส่วนด้านการซื้อของขายของนั้น ก็น่าจะมีการนโยบายเชิงรุกในการส่งเสริมสินค้ารูปแบบใหม่ให้วางขายในตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการตลาดเน้นคนรุ่นใหม่ ด้วยกิจกรรมและสินค้าที่สร้างขึ้นมาใหม่

สรุปประเด็นความท้าทายและข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองเชียงของ

เมืองเชียงของไม่ได้อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักของเชียงรายมาแต่เดิม และยังเป็นเมืองทางผ่านเพื่อข้ามไปสู่ประเทศ สปป.ลาว แต่เนื่องจากระยะเวลาไม่กี่ที่ผ่านมา เมืองเชียงของได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเส้นทางคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศและความเข้มงวดในเรื่องการขับรถยนต์เข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน ทำให้เมืองเชียงของเริ่มซบเซาลงอย่างเห็นได้ชัด อย่างไรก็ตาม เมืองเชียงของยังคงมีเสน่ห์ของเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่มีองค์ประกอบอยู่มาก รวมถึงที่ตั้งของเมืองที่ขนานกับริมแม่น้ำโขงซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่ริมน้ำได้อย่างเท่าเทียมกัน

ประเด็นยุทธศาสตร์อีกประการหนึ่งของเชียงของคือ การพัฒนาพื้นที่รองรับบริเวณสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 4 ซึ่งอยู่ห่างจากพื้นที่เมืองเดิมออกไปหลายกิโลเมตร ในช่วงก่อนหน้านี้ นักลงทุนและหลายภาคีในพื้นที่มีความคาดหวังสูงมากที่จะเกิดการพัฒนาที่ดินในบริเวณเชิงสะพาน จึงมีการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่ดังกล่าว แต่ผลปรากฏว่า ไม่ได้เกิดความคึกคักทางเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าวอย่างที่คาดหวังไว้ ประเด็นยุทธศาสตร์ในอนาคตสำหรับการพัฒนาเมืองเชียงของคือ จะเชื่อมต่อพื้นบริเวณสะพานกับพื้นที่เมืองเดิมได้อย่างไร

ในขณะเดียวกัน หากการท่องเที่ยวทางบกจากประเทศจีนเพิ่มขึ้นมากจริงในอนาคต ตามที่คาดหวังไว้ ประเด็นความท้าทายคือ การพัฒนาเมืองที่ยังคงรักษาเสน่ห์ของเมืองขนาดเล็กที่มีความสงบเงียบอยู่ติดแม่น้ำโขงกับการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่อาจเพิ่มขึ้นมากได้



แผนภาพที่ 6-32 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองเชียงของ

ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมือง

แนวคิดการออกแบบเมืองแม่สายเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

การพัฒนาเมืองแม่สายภายใต้แนวคิด City Branding ในการเป็น “สืบสาน แม่สาย” ซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนเผ่าในอยู่ภายในแม่สาย ที่ได้รับการตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยไม่มีตัวอักษรเป็นสื่อกลาง อีกทั้งการเปลี่ยนแนวคิดการพัฒนาเมืองเพื่อสานพื้นที่เมือง ภูเขา ประเทศพื้นบ้าน และชนเผ่าในแม่สายเข้าด้วยกัน โดยมีแยกออกเป็น 3 แนวคิดในการพัฒนา ดังนี้

ประสาน CITY – MOUNTAIN CO – OPERATE

- ป่า ดอย ผา ภูเขา
  เมืองแม่สาย มีความสัมพันธ์กับป่า ดอย ผา และภูเขา อันเป็นภูมิประเทศของเมือง ส่งผลต่อกายภาพของเมือง และสถานที่สำคัญ เช่น วัดพระธาตุดอยเวา และวัดถ้ำผาจม เป็นต้น
- การประสาน ความร่วมมือ
  เมืองแม่สาย ได้ประสบเหตุการณ์สำคัญอันเป็นภาพจำของเมือง คือการช่วยเหลือทีมหมู่ป่า ในถ้ำหลวง สอดคล้องกับการอยู่ร่วมกันแบบพหุวัฒนธรรม

ชาติพันธุ์ ETHNIC GROUP

- พหุวัฒนธรรม 10 ชาติพันธุ์: เมืองแม่สายมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มากกว่า 10 ชาติพันธุ์ และยังติดกับประเทศเพื่อนบ้าน (พม่าและลาว) ส่งเสริมแก่ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ซึ่งยังไม่ได้รับการนำเสนออย่างเต็มประสิทธิภาพ
- การค้าชายแดน: เมืองแม่สายเติบโตมาจากภาคธุรกิจ และชุมทางการค้าในอดีต ผ่านการเป็นดินแดนส่วนกลาง และส่งสินค้านอกกฎหมาย และเป็นแหล่งซื้อสินค้าปลอดภาษีชื่อดังของไทย

ไร้พรมแดน RIVER - BOUNDARY

- พรมแดน สยาม: เมืองแม่สายแต่เดิมโด่งดังในการเป็น ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวได้ “เหนือสุดของสยาม” พร่าเลือนไป แต่แม่สายยังคงเป็นพรมแดนที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างใกล้ชิด และพึ่งพิงภาคธุรกิจแก่กัน
- แม่น้ำสาย และ แม่น้ำกก: เมืองแม่สาย ถูกตั้งตาม แม่น้ำสาย หรือแม่น้ำละว้าในอดีต อันเป็นเส้นพรมแดนที่ไม่ชัดเจนในอดีตกับแม่น้ำกก อันเป็นเหตุแม่สายเป็นพื้นที่ไม่แน่นอน และเกิดการหลั่งไหลของคนเข้ามาดังเช่นปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ของเมืองแม่สายจะถูกจดจำด้วยการเป็นเมืองการค้าชายแดน เชื่อมต่อไปยังพม่า และจีน อีกทั้งเป็นเมืองพหุวัฒนธรรม ที่สามารถพบผู้คนหลากหลายเชื้อชาติอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน



แผนภาพที่ 6-33 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย



แผนภาพที่ 6-34 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย

โดยตัวเมืองแม่สายนั้นแม้จะอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยว ระหว่างเชียงราย ดอยตุง แม่สายและสามเหลี่ยมทองคำ แต่การที่แม่สายขาดมหาวิทยาลัย และกลุ่มคนวัยรุ่น วัยทำงาน ทำให้เมืองขาดกิจกรรมที่ทันสมัย และความคิดสร้างสรรค์ ประจวบกับบทบาทเหนือสุดแดนสยามที่อ่อนลง จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาพื้นที่เมืองโดยยังสามารถใช้ทำเลเดิมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาเมืองแม่สายจึงปรับเปลี่ยนแนวคิดด้วยการหันเข้ากับพม่ามากขึ้น เพื่อเชื่อมต่อกันทั้งภาคเศรษฐกิจ บริการ และการท่องเที่ยว นอกจากนั้นจึงมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ภายในเมืองแม่สาย โดยมุ่งเน้นในมุมมองของแม่สายที่แตกต่างไปจากมุมมองของคนทั่วไป เช่น การพักผ่อนริมภูเขา หรือกิจกรรมการเรียนรู้ และพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาจากอัตลักษณ์ของชนเผ่า เพื่อสะท้อนถึงสังคมพหุวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ยังควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนดอยโดยรอบเมืองแม่สาย เพื่อสานพื้นที่เมืองกับภูเขาเข้าด้วย สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเลือก และกิจกรรมสันทนาการรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาค้างคืนในพื้นที่ ตลาด ร้านอาหาร และที่พักคุณภาพดี

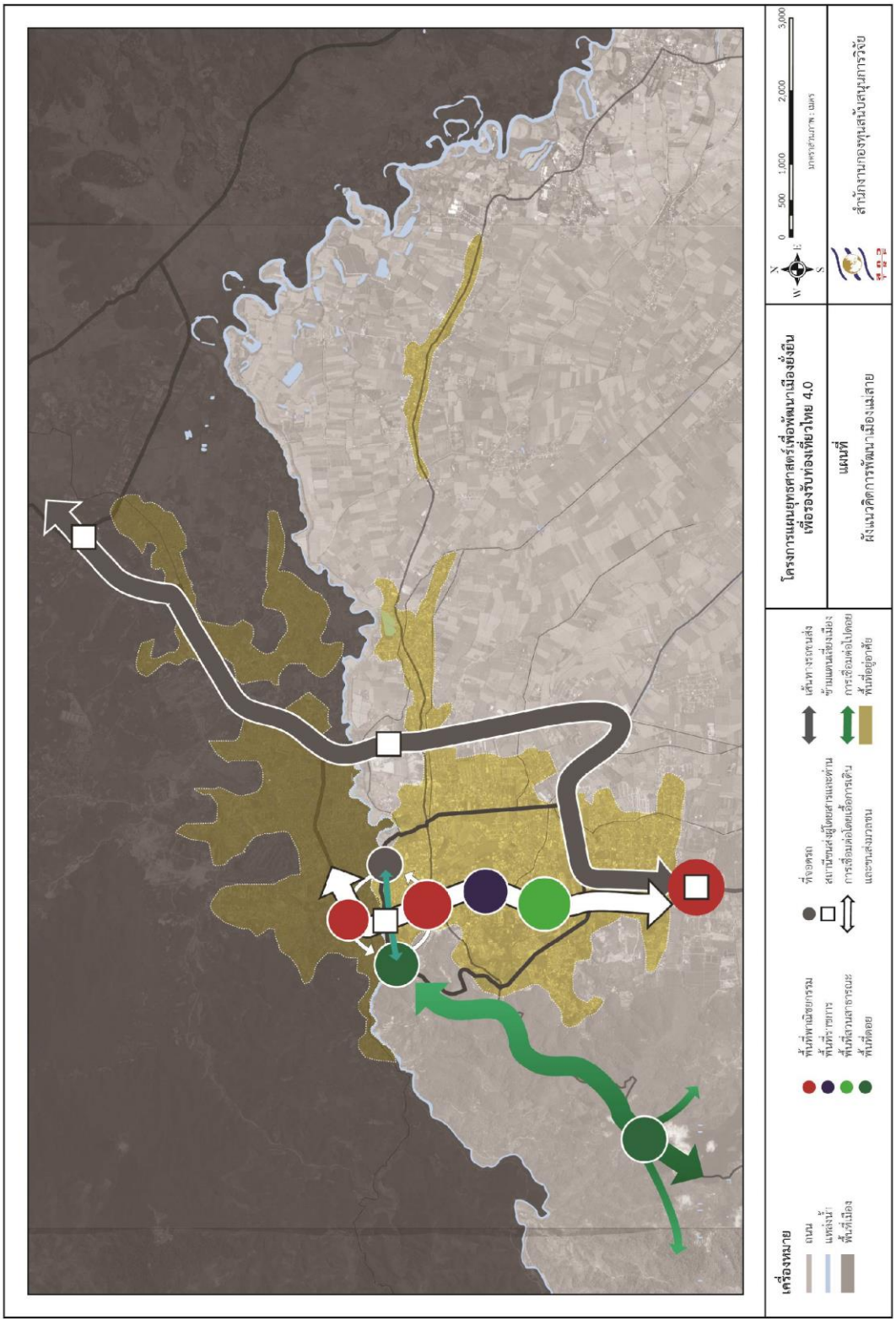


แผนภาพที่ 6-35 แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย

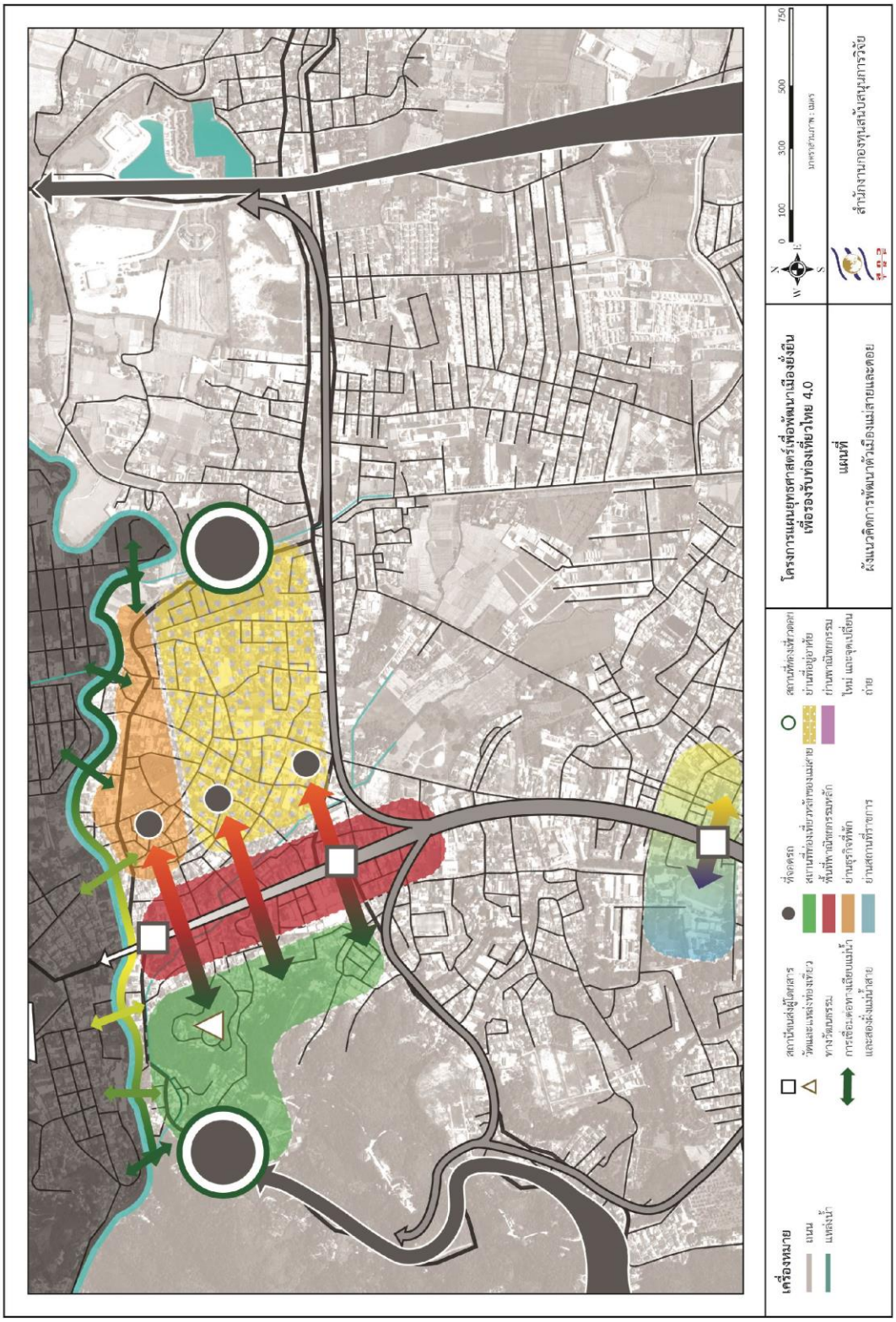
การพัฒนาเมืองแม่สายมุ่งเน้นการสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่แก่แม่สาย ด้วยการพัฒนาควบคู่ไปกับการผสานพรมแดน ดอย แม่น้ำ และเมืองเข้าด้วยกันโดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- พัฒนาแนวแนวถนนพหลโยธิน เพื่อการค้า และท่องเที่ยวด้วยการเดิน
- พัฒนาตลาดสายลมจอย และธุรกิจ บริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและขาวไทย 1 คืน
- พัฒนาจุดชมวิวถ้ำผาจม และดอยเวา สร้างการเชื่อมต่อสู่ดอยโดยรอบ
- พัฒนาด่านพรมแดนที่ 2 เพื่อรองรับ การส่งออกด้วยรถขนาดใหญ่
- พัฒนาพื้นที่แนวแม่น้ำสาย และสร้างพื้นที่สาธารณะภายในตัวเมืองแม่สาย
- เพิ่มพื้นที่จอดรถโดยภาคเอกชนและเชื่อมต่อกับย่านการค้า และ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เพิ่มธุรกิจที่พัก และกิจกรรมท่องเที่ยวแบบพรมแดน ภายในตัวเมืองแม่สาย โดยอาศัยประตูพรมแดนแม่สายเป็นภาพสะท้อนระหว่างไทยและพม่า


โครงการแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองตั้งใหม่
เพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0
แผนที่
ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย
เครื่องหมาย
ถนน
แหล่งน้ำ
พื้นที่เมือง
ระบบขนส่งมวลชน
ที่ตั้งสถานีขนส่งผู้โดยสาร
ที่ตั้งสถานีขนส่งสินค้า
ที่ตั้งสถานีรถไฟ
ที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้า
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งผู้โดยสาร
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งสินค้า
ผู้ประกอบการ
ที่ตั้ง
ที่ตั้งสถานีขนส่งผู้โดยสาร
ที่ตั้งสถานีขนส่งสินค้า
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งผู้โดยสาร
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งสินค้า
ที่ตั้งสถานีรถไฟ
ที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้า
ที่ตั้งสถานีขนส่งผู้โดยสาร
ที่ตั้งสถานีขนส่งสินค้า
ที่ตั้งสถานีรถไฟ
ที่ตั้งสถานีรถไฟฟ้า
ผู้ประกอบการ
ที่ตั้ง
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งผู้โดยสาร
การเชื่อมต่อไปยังสถานีขนส่งสินค้า
ผู้ประกอบการ
ที่ตั้ง
ที่ตั้งสถานีขนส่งผู้โดยสาร
ที่ตั้งสถานีขนส่งสินค้า
ที่ตั้งสถานีรถไฟ
ที่ตั้งสถานีรถไฟฟ

ผังแนวคิดการพัฒนาภายใน ตัวเมืองแม่สายและดอย

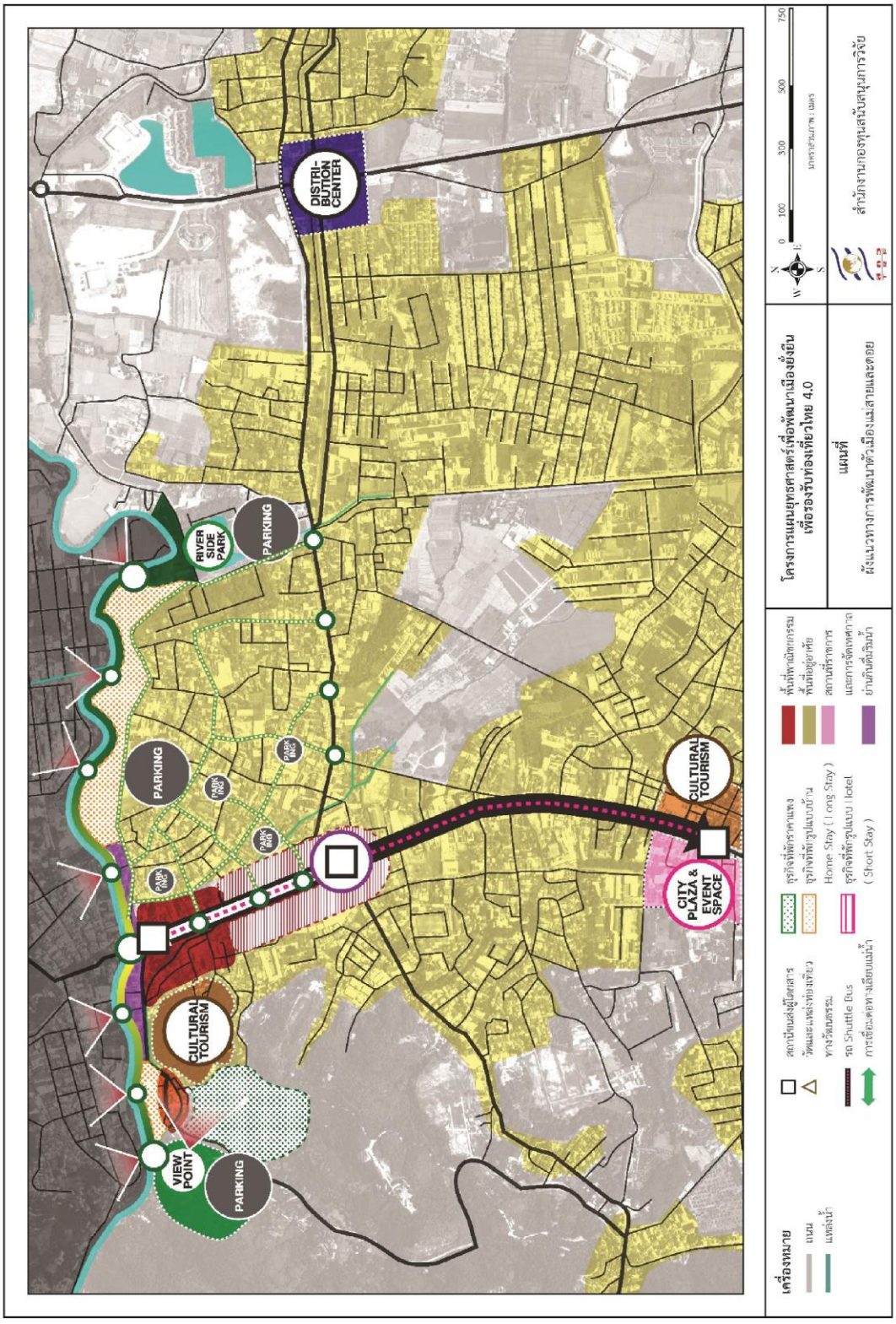
- บูรณะและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวมุมมองใหม่ของแม่สาย ริมน้ำ และดอยต่าง ๆ
- พัฒนาธุรกิจที่พักทางเลือก กิจกรรมสันทนาการใหม่แก่นักท่องเที่ยว
- จัดการที่จอดรถอยู่รอบนอก ลดปริมาณรถในพื้นที่
- สานสองฝั่งของถนนพหลโยธินเข้าด้วยกัน เพื่อเชื่อมต่อสถานที่ท่องเที่ยว ที่จอดรถ และธุรกิจที่พักเข้าด้วยกัน เนื่องจากถนนพหลโยธินเป็นเส้นกั้นของพื้นที่ออกจากกัน



ออกแบบโดยนักศึกษาในพื้นที่ศึกษาเมืองเชียงราย

ผังแนวทางการพัฒนาภายใน ตัวเมืองแม่สายและดอย

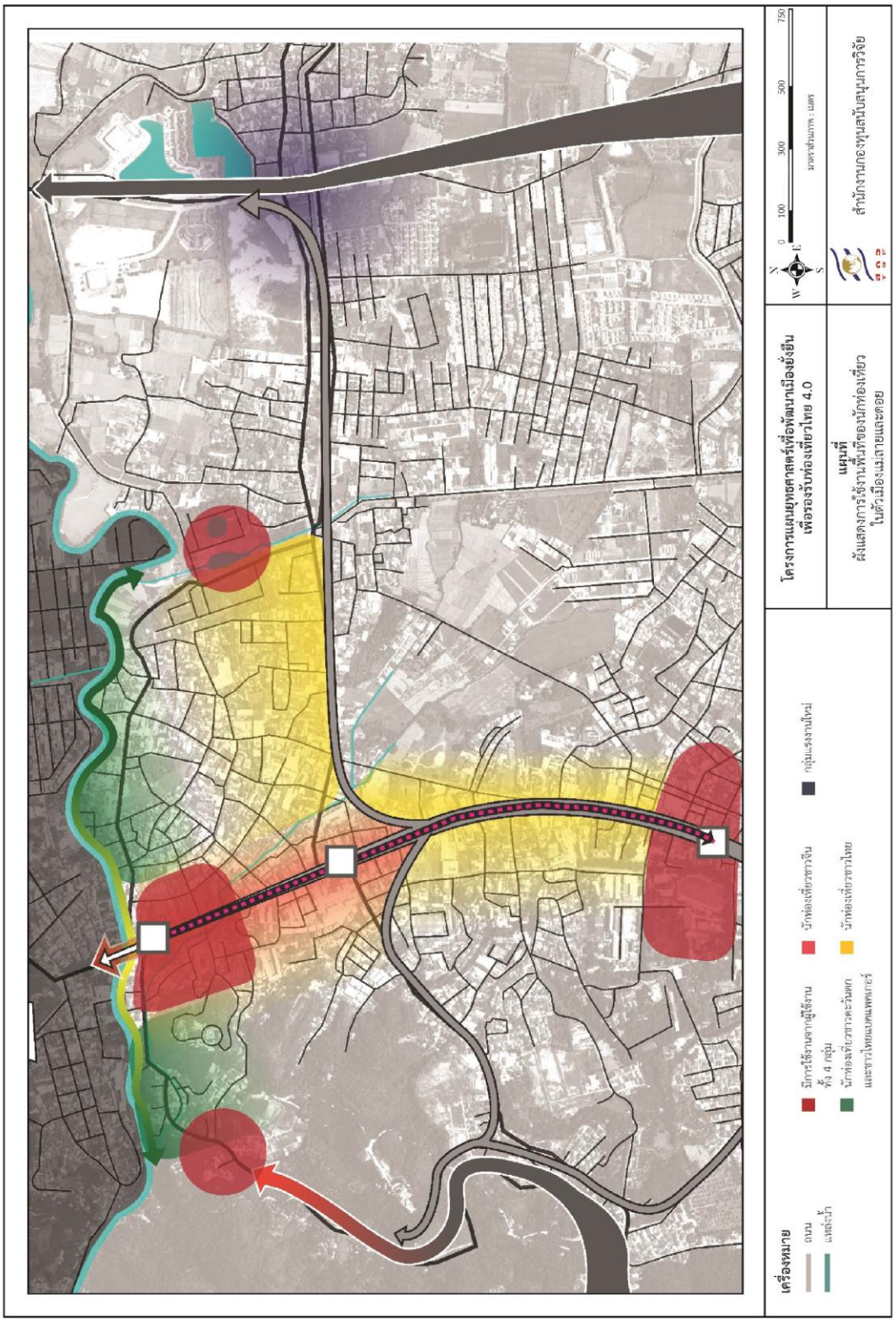
- พัฒนาพื้นที่ริมน้ำแม่สายเพื่อรับน้ำ และเป็นพื้นที่สาธารณะภายในเมืองแม่สาย โดยสามารถรับชมกิจกรรมสองฝั่งแม่น้ำสายได้ อีกทั้งเสนอแนะปรับเปลี่ยนอาคารริมแม่น้ำให้หันเข้ากับแม่น้ำสายยิ่งขึ้น
- พัฒนาพื้นที่ตลาดสายลมจอย และพื้นที่การค้าตามแนวถนนพหลโยธิน
- ปรับปรุงถนนลักษณะ Boulevard เพื่อเพิ่มความสวยงาม และการเดิน ให้กับการสัมผัสวิถีชาวพม่า
- พัฒนารถ Shuttle Bus เชื่อมต่อ จากสถานีขนส่งเข้าสู่ด่านพรมแดนแม่สาย
- พัฒนาพื้นที่เพื่อจัดงานเทศกาล บริเวณที่ว่าการอำเภอแม่สาย รองรับการจัดงาน 10 ชาติพันธุ์แม่สาย
- พัฒนาดอยเวา และวัด เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผสานกับตลาดแม่สาย
- พัฒนาวัดถ้ำผาจมเพื่อเป็นจุดชมวิว เมืองแม่สาย และเส้นพรมแดนระหว่างแม่สายและท่าขี้เหล็ก
- พัฒนาเส้นทางเดินภายในย่านที่อยู่อาศัยและจุดจอดรถขนาดเล็กให้เชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวด้วยการสร้างร่มเงาในการเดินเท้า
- พัฒนาธุรกิจที่พักคุณภาพดีตามดอย และแม่น้ำสาย
- พัฒนาธุรกิจที่พักรูปแบบอาคารรองรับนักท่องเที่ยวจีน ที่นิยมการพักในลักษณะโรงแรม



แสดงที่ 6-83 ผังแนวทางการพัฒนาด้านโลจิสติกและสาธารณูปโภค

ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นนิยมท่องเที่ยวด้วยรถยนต์จึงเกิดการใช้งานไปตามแนวถนนพหลโยธิน และสถานที่สำคัญ
- นักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ชาวไทยที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศแม่สายใหม่จะเลือกพักตามริมแม่น้ำสายและดอยเป็นหลัก
- นักท่องเที่ยวชาวไทยประเภทครอบครัว เลือกที่พักอยู่บริเวณโดยรอบในลักษณะรีสอร์ต



แผนภาพที่ 6-39 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน

การพัฒนาพื้นที่เมืองแม่สาย บริเวณริมแม่น้ำสายนั้นพัฒนาโดยสานพรมแดน แม่น้ำสาย ถนนพหลโยธิน หรือด่านแม่สายแห่งที่ 1 และตลาดภายในเมืองแม่สายเข้าด้วยกัน โดยการเปิดพื้นที่สาธารณะที่เกิดขึ้นนั้นจะอยู่ในบริเวณที่ใช้งานเพื่อรับชมวัดดอยเวา ชมวิวเมือง และชมวิวสองฝั่งแม่น้ำสาย ตามแนวทางเดินเลียบแม่น้ำสาย โดยพื้นที่ว่างที่อยู่ภายในบล็อกอาคารต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันไม่ได้ถูกใช้งานหรือเป็นที่จอดรถ จะถูกนำมาพัฒนาเป็นจุดแวะพักในการเดินท่องเที่ยว หรือปรับเป็นลานในลานอาคารหรือธุรกิจที่พักต่าง ๆ และพื้นที่ลานขนาดเล็กที่อยู่ติดซอยต่าง ๆ จะปรับเปลี่ยนเป็นลานเพื่อใช้ในการแสดงของชนเผ่าต่างในแม่สาย ๆ โดยผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกัน ทำให้การท่องเที่ยวในแม่สายแต่ละครั้ง ถูกสลับสับเปลี่ยนไปตลอด ไม่หยุดนิ่ง

ตัวแกนถนนพหลโยธินจะได้รับการปรับปรุงภูมิทัศน์การขยายทางเท้า และปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา เพื่อให้การเดินท่องเที่ยว และสามารถรับชมด่านพรมแดนแม่สายได้อย่างสวยงามยิ่งขึ้น อีกทั้งทำให้การเชื่อมต่อของกิจกรรมสองฝั่งถนนพหลโยธิน ทั้งที่จอดรถภายในบล็อกและร้านค้า สามารถเชื่อมถึงกันยิ่งขึ้น

โครงการแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองตั้งเดิม
เพื่อยกระดับรับการท่องเที่ยวไทย 4.0
แผนที่ที่ 1
ผังบริเวณและมาตรการจัดการพื้นที่ริมน้ำ
ที่ปรึกษา
สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรน้ำแห่งชาติ
สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 9
0 10 30 50 100 150
มาตราส่วน 1:500 เมตร
เครื่องหมาย
สถานที่สำคัญ
A วัดป่าตาล
B ตลาดตลาดเขย
C จุดชมวิวและที่จอดรถ
D ลานจอดรถบรรทุก
E ประตูทางเข้าหลัก
F ประตูทางเข้าหลัก
G ศูนย์ประชาสัมพันธ์
6 ปรับปรุงพื้นที่ถนนโดยรอบเป็นทางเดินเท้าและจักรยาน
7 ที่ตั้งสถานที่ประกอบการและการแสดงพื้นบ้าน
และสถานที่จัดแสดงสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก
8 สถานที่จอดรถบรรทุกนักท่องเที่ยว
9 ปรับปรุงถนนเพื่อเป็น เป็น Boulevard
10 จุดชมวิวและที่จอดรถบรรทุก
11 ปรับปรุงพื้นที่ถนนโดยรอบเป็นทางเดินเท้าและจักรยาน
ผังบริเวณและมาตรการจัดการพื้นที่ริมน้ำ – ลุ่มน้ำน่านระยะที่ 1 พื้นที่ลุ่มน้ำย่อยที่ 6-0 ห้วยแม่ทา

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำสาย

- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถ้ำผาจม และดอยเวา
    - การติดตั้งไฟทางตามเส้นทางเดิน
    - การจัดแสงไฟในยามค่ำคืน
- โครงการปรับปรุงลานสาธารณะฝายแม่น้ำสาย
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาดสายลมจอย
    - ปูพื้นทางคนเดิน ติดตั้งไฟทาง และลานแสดง
- โครงการก่อสร้างสวนสาธารณะริมแม่น้ำสาย
    - ขนาดที่ดิน 6,500 ตร.ม.
- โครงการพัฒนาพื้นที่รับน้ำริมแม่น้ำสาย 2 กม.
    - เวนคืนที่ดินริมแม่น้ำ กว้าง 6 เมตร
    - ก่อสร้างทางเดิน กว้าง 2 เมตร และปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำ
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ป้ายเหนือสุดแดนสยาม
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดระเบียบตลาดแม่สาย และคลองย่อย
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนพหลโยธิน
    - ขยายขนาดทางคนเดิน และแนวต้นไม้
    - จัดระเบียบที่จอดรถริมถนน
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลานหน้าวัดพระธาตุดอยเวา ขนาด 1,400 ตร.ม.



แผนภาพที่ 6-41 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำลาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้า

รูปตัดพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดนพื้นที่ดอยเวาและด่านพรมแดนแม่สาย

แนวคิดหลักคือการเชื่อมต่อพระธาตุดอยเวาสู่ตลาดแม่สายและหน้าด่านแม่สาย โดยเชื่อมต่อกับวัดพระธาตุดอยเวา เปิดพื้นที่โดยรอบวัดเพื่อค้าขายชั่วคราวและรับประทานอาหาร สามารถรับชมวัดดอยเวาได้สวยงาม และใช้กิจกรรมหน้าวัดได้ โดยถนนพหลโยธินได้รับการขยายทางเท้า ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา และพัฒนาองค์ประกอบเมืองให้เป็นแกนสู่ด่านแม่สาย โดยอาคารสองฝากชั้นล่างถูกใช้งานในเชิงพาณิชยกรรม และพื้นที่ด้านบนถูกปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจที่พัก และดาดฟ้าของอาคารถูกใช้งานเป็นบาร์ หรือร้าอาหาร เพื่อเป็นร้านอาหาร หรือบาร์คุณภาพดี



แผนภาพที่ 6-42 รูปตัดพื้นที่ดอยเวาและด่านพรมแดนแม่สาย

รูปตัดพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดนพื้นที่ริมแม่น้ำสายเพื่อรองรับน้ำและกิจกรรมใหม่ริมน้ำ

แนวคิดการออกแบบคือปรับเปลี่ยนการใช้อาคารจอดรถริมแม่น้ำสายเป็นคาเฟ่หรือร้านอาหาร เพื่อสร้างกิจกรรมริมน้ำ อีกทั้งเป็นการปรับการเข้าถึงจากริมน้ำแม่สายเป็นหลัก เปิดพื้นที่ริมแม่น้ำสายตามกฎหมาย ระยะ 6 เมตร เพื่อเป็นพื้นที่รับน้ำและทางเดินริมน้ำ ส่งเสริมการเข้าถึงจากแม่น้ำสาย นอกจากนั้นทางเดินริมแม่น้ำสายมีการติดตั้งไฟส่องสว่าง เพื่อสร้างภูมิทัศน์และทำให้เส้นเขตแดนของประเทศไทยมีความชัดเจน และสวยงาม สามารถรับชมได้จุดชมวิวถ้ำผาจมหรือดอยต่าง ๆ



แผนภาพที่ 6-43 รูปตัดพื้นที่ริมแม่น้ำสายเพื่อรองรับน้ำและกิจกรรมใหม่ริมน้ำ

ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน

จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม

- การจัดแสงไฟตามแนวแม่น้ำสาย และพื้นที่ริมน้ำ เพื่อรับน้ำ และพักผ่อน
- ถอยร่นอาคาร และควบคุมแนวสีหลังคาเพื่อย้ำถึงแนวเส้นพรมแดน
- ตลาดพหุวัฒนธรรมสายลมจอย สามารถชมวิวและแสงไฟของดอยได้
- การจัดแสงไฟบนดอยเวา และวัดถ้ำผาจม และปรับเป็นจุดชมวิวดอยระหว่างไทย และพม่า



แผนภาพที่ 6-44 จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-45 จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย –พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน

ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผาจม

- คาเฟ่และร้านอาหาร ตลาดสามลมจอย
- พื้นที่ทางวัฒนธรรมสำหรับชาวดอย การค้าขายสินค้าพื้นเมืองและการแสดง
- เปิดแนวมองสู่วัดถ้ำผาจม และจัดแสงไฟ สำหรับชมวิวยามเย็น เพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่แม่สาย



แผนภาพที่ 6-46 ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผาจม (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-47 ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรมสายลมจอย และวัดถ้ำผาจม (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน

ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย - ท่าขี้เหล็ก

- คาเฟ่ และ ร้านอาหารชมวิถีพม่า
- แนวต้นไม้เพิ่ม ความร่มเย็น
- เพิ่มพื้นที่ทางเท้า และทางจักรยาน
- ทางรถสำหรับผ่านแดน เพื่อการท่องเที่ยว
- แกนมองสู่ด่านพรมแดนแม่สาย ภาพจำที่สำคัญของแม่สาย



แผนภาพที่ 6-48 ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-49 ถนนพหลโยธินหน้าด่านพรมแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก (ภาพหลัง)

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล

พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอนั้นได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนจีนยูนนาน และสามารถใช้เพื่อจัดงานเทศกาล 10 ชาติพันธุ์แม่สายได้ โดยมีการปรับภูมิทัศน์ลานรอบสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย เพื่อใช้ในการเชื่อมต่อกับสวนสาธารณะพรหมมหาราช โรงเรียน และสนามกีฬาโดยรอบ อีกทั้งมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนเทศบาล 17 ให้สามารถเดินและรองรับปริมาณคนเดินได้มากยิ่งขึ้น

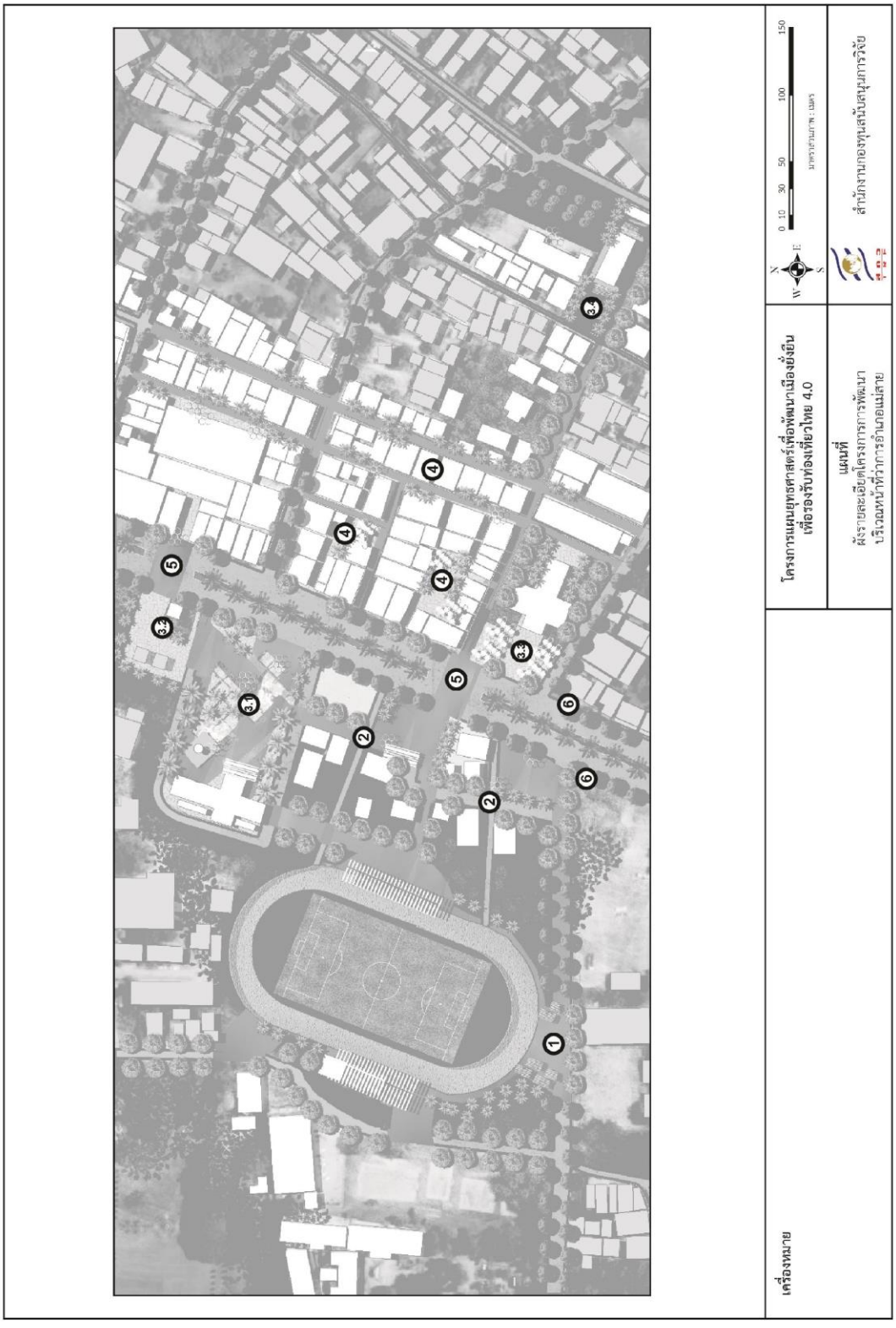
ในส่วนของพื้นที่ราชการริมถนนพหลโยธินนั้น เสนอให้สร้างทางเดินลัดเลาะเพื่อเชื่อมส่วนราชการ สวนสาธารณะและลานเข้าด้วยกัน โดยเปิดให้บุคคลภายนอกเข้ามาใช้งานได้ อีกทั้งแสดงถึงการเชื่อมต่อกันของสถาบันราชการ เพื่อแสดงถึงความสามัคคีของคนเมืองแม่สาย ช่วยเหลือกัน ในส่วนลานหน้าศาลาว่าการนั้น เสนอให้ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามแก่พระบรมราชานุสาวรีย์พระเจ้าพรหมมหาราชและศาลหลักเมืองแม่สาย

ในส่วนของพื้นที่ชุมชนจีนยูนนานนั้นได้รับการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน และหน้าตาอาคารให้มีความเป็นระเบียบ และสวยงาม โดยให้พื้นที่ว่างภายในบล็อกอาคารต่าง ๆ ถูกใช้เพื่อรองรับชุมชนแทน เชื่อมต่อทางคนเดินสู่วัดแม่สาย วัดสำคัญของเมืองแม่สาย

แผนภาพที่ 6-50 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและงานแห่งศิลปะ

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ

- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย
    - ปูพื้นทางคนเดิน และต้นไม้ให้ร่มเงา
- โครงการจัดการพื้นที่ราชการ
    - เปิดพื้นที่ราชการบางส่วนให้สาธารณะเข้าใช้งานได้
    - เปิดทางเชื่อมต่อระหว่างส่วนราชการด้วยกัน
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลานสาธารณะ 4 พื้นที่ ได้แก่
    - หน้าที่ว่าการอำเภอแม่สาย
    - ศาลหลักเมือง
    - สำนักงานเทศบาลแม่สาย
    - วัดแม่สาย
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนคนเดินจีนยูนนาน
    - ปูพื้นทางคนเดิน และติดตั้งไฟทาง
    - จัดระเบียบ และปรับปรุงหน้าอาคาร
    - จัดระเบียบพื้นที่ส่วนรวมภายในบล๊อค
- โครงการก่อสร้างทางคนข้ามถนนพหลโยธิน
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus



แบบแสดงอาคารอนุรักษ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานที่ต้องได้รับการอนุรักษ์ – แบบแสดงอาคารที่ก่อสร้างขึ้นใหม่ในพื้นที่ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานที่ต้องได้รับการอนุรักษ์ และอาคารที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานที่ต้องได้รับการอนุรักษ์ ระยะที่ 1-5 ที่ตั้งแปลงที่ดิน

ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย –พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล

พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย

- ผ้าฝ้าย ลวดลาย และลายดอกโบตั๋น (ราชาดอกไม้) ถูกนำมาออกแบบ เพื่อสะท้อนถึงวัฒนธรรมจีนยูนนาน
- ลวดลายการเพ้นต์แบบจีน เช่น มังกร
- หมู่บ้านจีนประยุกต์ และสินค้าจีนสร้างสรรค์



แผนภาพที่ 6-52 พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-53 พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล

พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย

- ลานสาธารณะรอบสนามกีฬากลาง สามารถปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์และเชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบ
- อยู่ในเส้นทางของรถ Shuttle Bus ผ่าน
- นำลวดลายพหุวัฒนธรรม มาปรับใช้กับทางข้าม
- พื้นที่โดยรอบสนามกีฬา สามารถติดตั้งโครงสร้างเบาเพื่อจัดนิทรรศการ และเทศกาลได้



แผนภาพที่ 6-54 พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-55 พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย (ภาพหลัง)

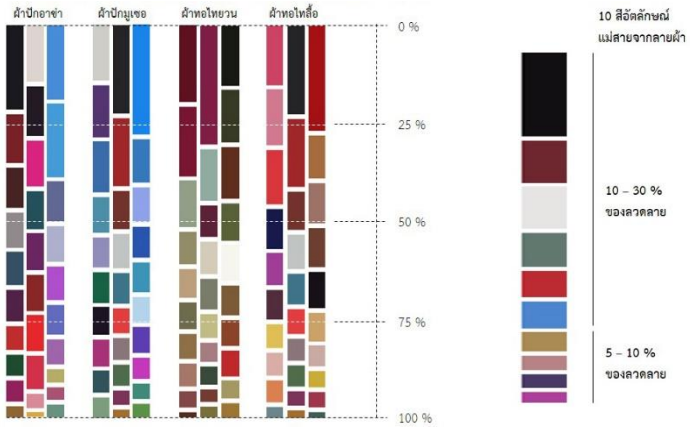
องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

เมืองแม่สายนั้นเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมกว่า 10 ชนเผ่าที่เข้ามาใช้ภายในพื้นที่ และเป็นเอกลักษณ์ของเมืองแม่สายอย่างหนึ่ง โดยนำลวดลายผ้าและสีผ้าที่ใช้ในเครื่องแต่งกายมาลดทอน และสีที่เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละชนเผ่ามาออกแบบ

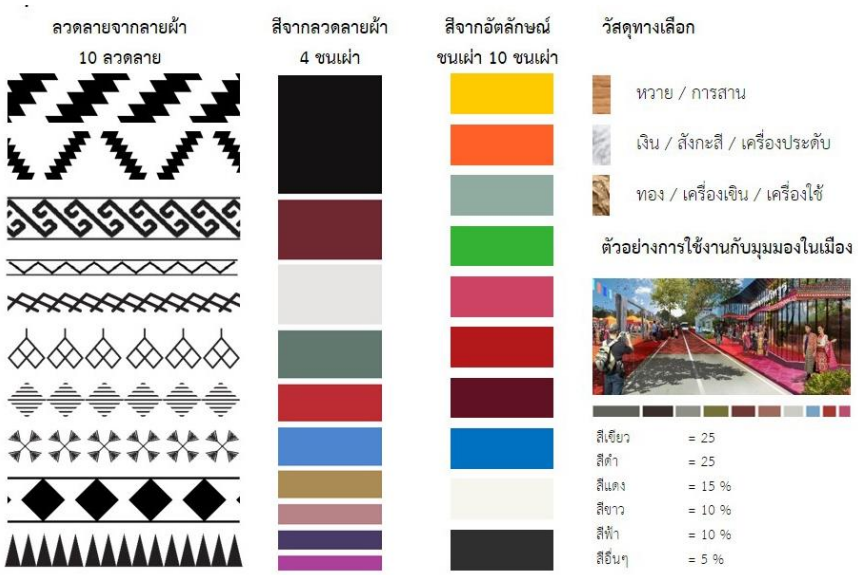
	ชื่อชนเผ่า	ชื่ออื่นๆ	ภาษา	แหล่งที่มา	ที่อยู่อาศัย	อาชีพดั้งเดิม	อัตลักษณ์	สีอัตลักษณ์
1.	ไทใหญ่	เงี้ยว, ไต้, ไทหลวง	ไท-กะได	รัฐฉาน, พม่า	คอน	ทำพลอย	รำไต, รำกิ่งกะหร่า, การลายมือ	
2.	ไทลื้อ	ไตลื้อ, ลื้อ, ลื้อเชียงคำ	ไท-กะได	เมืองหนองแส, ยูนนาน	ล้านเขา	เกษตร (ส้ม), ทอผ้า	ผ้าทอไทลื้อ (เกาะ ล้วง) (ลายน้ำไหล)	
3.	ไทยวน	ยวน, คนเมือง	ไท-กะได	โยกนนคร, เชียงราย	ที่ราบหุบเขา	เกษตร (นา), ทอผ้า	ข้าวเสาไห้, ผ้าทอไทยวน (ดินจก)	
4.	ไทเขิน	ขึน, ไทขึน	ไท-กะได	เชียงตุง, พม่า	ล้านเขา	ทำเครื่องเขิน และเครื่องเงิน	เครื่องเขิน	
5.	ไทหย่า	อวาเย่าไต ,ไต	ไท-กะได	เมืองจินผิง, ยูนนาน	ที่ราบหุบเขา	ทอเสื่อกก (สาดไทหย่า)	ผ้าคาดเอวลาย, เสื่อกก (เสื่อลายสอง)	
6.	จีนยูนนาน	จีนยูนนาน, จีนคณะชาติ จีนมุสลิม, ยูนนาน, ฮุย	จีน-ทิเบต	เมืองหนองแส, กองพล 93, ยูนนาน	ที่ราบหุบเขา	พ่อค้า	วัฒนธรรม คติความเชื่อแบบจีน	
1.	อาข่า	อีก้อ, ข่าก้อ, ก้อ โอนี-อาก้อ	จีน-ทิเบต	รอยต่อจีนกับทิเบต	ล้านเขา	เกษตร (ไร่ สวน), ล่าสัตว์	ผ้าปักอาข่า	
2.	ลาหู่	มูเซอ, โลโล้ย, ลาหู่เซเล ลาหู่นะ, ลาหู่นาเมี้ยว	จีน-ทิเบต	รอยต่อจีนกับทิเบต	ล้านเขา, ที่ราบหุบเขา	เกษตร (ไร่ สวน), ล่าสัตว์	ข้าวปุก, ผ้าปักมูเซอ	
3.	ดาระอั้ง	ปะหล่อง	มอญ-เขมร (ปะหล่อง)	รัฐฉาน, พม่า	ล้านเขา	เกษตร (ปลูกชา)	วงสวมเอว (หน่องว่อง) ผ้า หวาย และเงิน	
4.	ลัวะ	พะลือก, ละว้า	มอญ-เขมร (ปะหล่อง)	เมืองก๊ะ, เชียงใหม่	ล้านเขา, ที่ราบเชิงเขา	เกษตร, ล่าสัตว์	ใบตองบุหรี่, สะเบื้อก	

แผนภาพที่ 6-56 องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

โดยถ่ายทอดออกมาผ่าน 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า และ 2 ชุดสี ทั้งจากสีของลวดลายผ้าที่นิยมใช้ในชนเผ่า และสีร่วมกันที่เป็นอัตลักษณ์ของชนเผ่าต่าง ๆ เพื่อนำมาออกแบบองค์ประกอบเมือง หลอมรวมเปรียบเสมือนการรวมกลุ่มกันของชนเผ่าในพื้นที่แม่สาย โดยมีองค์ประกอบเมืองดังนี้



แผนภาพที่ 6-57 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า



แผนภาพที่ 6-58 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า



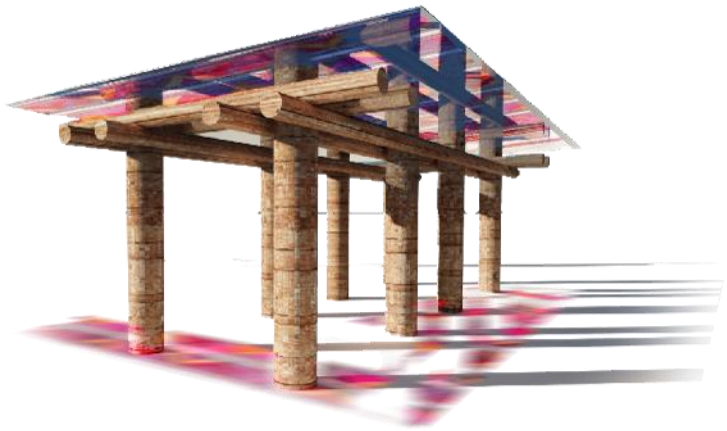
แผนภาพที่ 6-59 10 ลวดลาย วัสดุที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของชนเผ่า

- **ป้ายบอกทาง และป้ายร้านค้า** แม่สายนั้นโดดเด่นในการเป็นตลาดการค้าชายแดน และเป็นภาพจำที่สำคัญ จึงมีการออกแบบป้ายร้านค้า และป้ายบอกทางตำแหน่งจุดน่าสนใจภายในตลาด



แผนภาพที่ 6-60 ป้ายบอกทาง และป้ายร้านค้า

- **หลังคาตลาดแม่สาย – สายลมจอย** พัฒนาหลังคาของแม่สายให้มีแสงลอดผ่านอย่างเหมาะสม โดยสะท้อนลวดลายพหุวัฒนธรรมที่เคลือบไว้บนกระจก สร้างสีสันสดใส น่าเดิน หรือถ่ายรูป



แผนภาพที่ 6-61 หลังคาตลาดแม่สาย – สายลมจอย

- **เก้าอี้นั่ง** ปรับเปลี่ยนกิจกรรมอันหนาแน่น เคลื่อนไหว ให้มีการพักและยลเสน่ห์ของแม่สาย



แผนภาพที่ 6-62 เก้าอี้นั่ง

- **ไฟทางคนเดิน – ถนน** พัฒนาไฟทางเอื้อแก่รถยนต์และคนเดินในพื้นที่ โดยไฟทางขนาดเล็ก จะถูกนำไปใช้ในพื้นที่ที่มีทัศนียสวยงาม เช่น ทางเดินขึ้นเขาเป็นต้น เพื่อไม่บดบัง และบรรยากาศแก่แม่สาย



แผนภาพที่ 6-63 ไฟทางคนเดิน – ถนน

ข้อเสนอเบื้องต้นในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมืองเชียงของ

แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

การพัฒนาเมืองเชียงของภายใต้แนวคิด City Branding ในการเป็น “แอ่วเจียงของ ป๊ะริมโขง” ซึ่งสะท้อนถึงการท่องเที่ยวเชียงของด้วยการเป็นจุดหมายการท่องเที่ยว โดยได้ยลเสน่ห์ริมโขงไปพร้อมกัน เพื่อสะท้อนถึงตำแหน่งของเชียงของที่อยู่ใกล้ริมแม่น้ำโขง แตกต่างจากเมืองโดยรอบ โดยเลือกใช้ภาษาเหนือ เพื่อสื่อถึงภูมิภาคของเมือง และเข้าถึงพื้นถิ่นมากขึ้น โดยมีแยกออกเป็น 3 แนวคิดในการพัฒนา ดังนี้

- **แม่น้ำโขง RIVER**
    - **3 วัด ริมโขง**
      เมืองเชียงของนั้นผูกพันกับแม่น้ำโขง รวมไปถึงตำแหน่งและทิศทางของวัด ซึ่งทำให้การชมแม่น้ำโขงมีเรื่องราวยิ่งขึ้น
    - **ทางคนเดินและจักรยาน สาธารณะริมโขง**
      เมืองเชียงของมีพื้นที่สาธารณะริมน้ำที่คนทั่วไป สามารถเข้าถึงได้ และยังทอดยาวตลอดริมแม่น้ำโขงจากระเบียงริมโขง สู่วัดปลาบึกระยะทางรวม 4.5 กิโลเมตร ทำให้บรรยากาศของเมืองเชียงของเอื้อแก่การพักผ่อน
- **มิตรภาพ AMITY**
    - **ขบวนรถคาราวานจากจีน**
      โครงการสร้างสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 4 อันเป็นเส้นทาง Asian High Way R3A ทำให้เชียงของเชื่อมถึงประเทศจีนและเป็นเส้นทางขับรถสู่ไทย
    - **เมืองทางผ่าน ล่องเรือสู่หลวงพระบาง**
      เมืองเชียงของเป็นเมืองทางผ่านยอดนิยมของนักท่องเที่ยวในการมุ่งสู่หลวงพระบาง ด้วยการล่องเรือ 16 ชั่วโมง
- **วัฒนธรรม CULTURAL**
    - **ผ้าทอลายน้ำไหล และสาวสวนส้ม**
      ชาวไทลื้อ ลาวเทิง และชาวยวน นั้นมีเอกลักษณ์ทางด้านภูมิปัญญา อันเด่นชัดคือ ผ้าทอลายน้ำไหลของชาวไทลื้อ อีกทั้งวิถีการเกษตรครั้นอยู่จีน คือการทำสวนส้ม
    - **วิถีริมโขง ปลาบึก จกไก และต้นโพธิ์**

เมืองมีความสัมพันธ์กับริมแม่น้ำโขง และสภาพแวดล้อม เอื้อให้เกิดการจับปลาบึก และการจกไก ในช่วงฤดูหน้าน้ำ อันสัมพันธ์กับการผลิใบของต้นโพธิ์

ภาพลักษณ์ของเมืองเชียงของจะจดจำด้วยการเป็นเมืองจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวริมแม่น้ำโขง ที่มีบรรยากาศพักผ่อนริมแม่น้ำ เหมาะแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อนระยะยาว โดยยังคงเป็นเมืองทางผ่านในท่องเที่ยวไปยังหลวงพระบาง หรือขับรถคาราวานขึ้นไปทางจีนได้เช่นกัน



แผนภาพที่ 6-64 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 6-65 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ตัวเมืองเชียงของนั้นเป็นเมืองทางผ่านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ต้องการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยในรูปแบบรถคาราวาน ลงสู่เมืองเชียงรายและเชียงใหม่ แต่การผ่านดังกล่าวทำให้เมืองต้องรีบจำนวนรถและจำนวนคนปริมาณมาก ส่งผลเสียต่อเสน่ห์ของเมืองเชียงของ แต่ไม่สามารถดึงรายได้จากผู้แวะผ่านได้มากเท่าไรนัก

การพัฒนาเมืองเชียงของนั้นจึงพัฒนาจากศักยภาพดั้งเดิมที่สามารถเพื่อรองรับการพักผ่อนและท่องเที่ยวระยะยาวได้ ทั้งค่าครองชีพ สภาพสังคมที่อบอุ่น และการอยู่ใกล้พื้นที่ริมแม่น้ำโขง โดยปรับให้เมืองเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่ต้องการเดินทางไปต่อที่หลวงพระบาง และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการมาท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยคาราวาน รถยนต์ อีกทั้งพัฒนาให้เมืองรองรับกิจกรรมแวะพัก และต้องการพักผ่อนต่อที่เมืองเชียงของได้



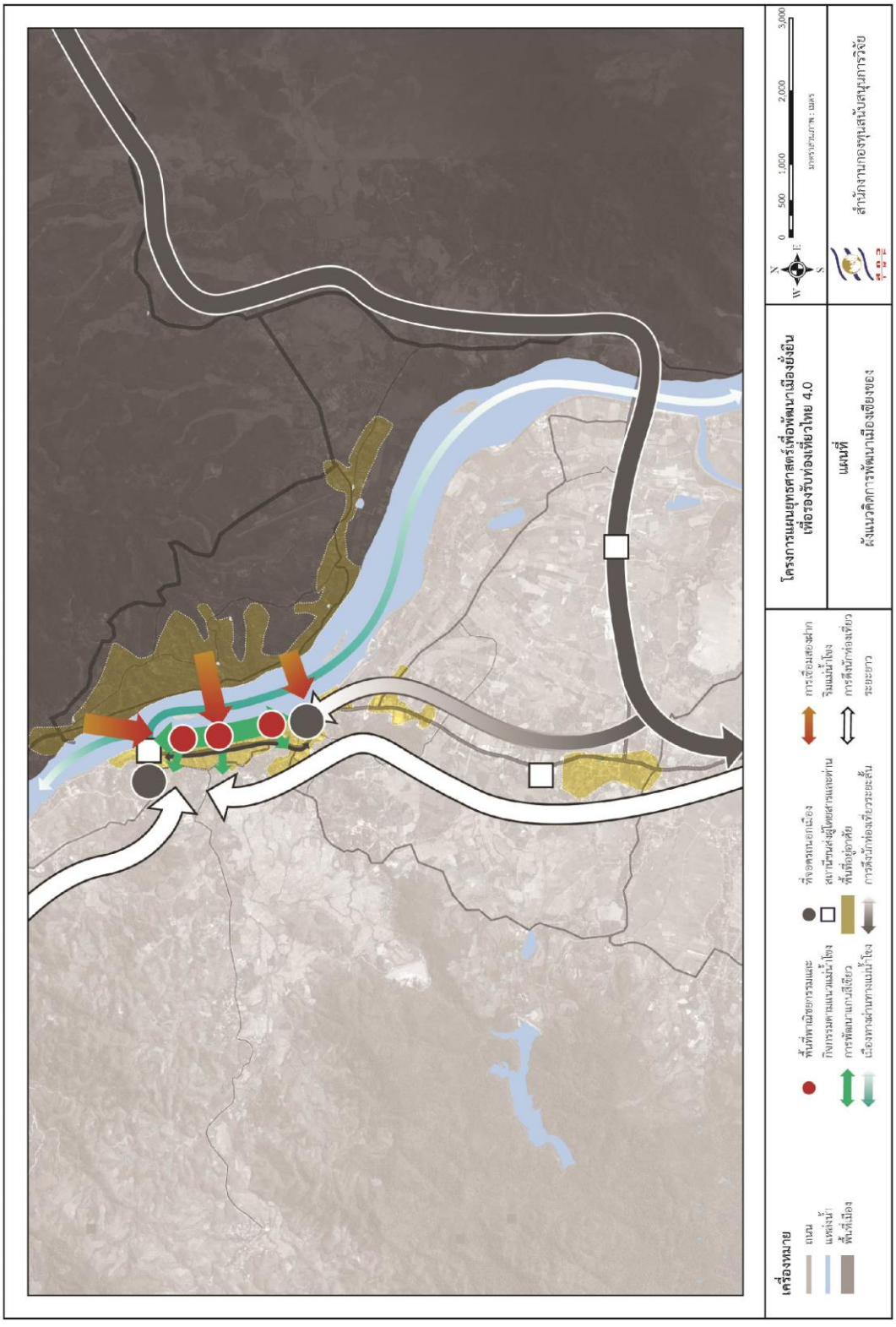
แผนภาพที่ 6-66 แนวคิดการออกแบบเมืองเชียงของเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองเชียงของ

การพัฒนาเมืองเชียงของนั้นพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก แยกจากภาคธุรกิจที่คาดว่าจะเติบโตใกล้เคียงสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 4 และเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงของ โดยเมืองเชียงของนั้นขับเคลื่อนด้วยการใช้แม่น้ำโขงเป็นหลัก ทั้งการสัญจร และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาดังนี้

- พัฒนาเชียงของเป็นจุดหมาย แหล่งท่องเที่ยวแบบระยะยาว
- พัฒนาที่จอดรถหัวและท้ายเมืองเชียงของ เพื่อลดจำนวนรถเข้าพื้นที่
- พัฒนาพื้นที่ริมน้ำเป็นกลไกสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
- พัฒนาธุรกิจบริการรองรับ และแข่งขันกับ สปป.ลาว

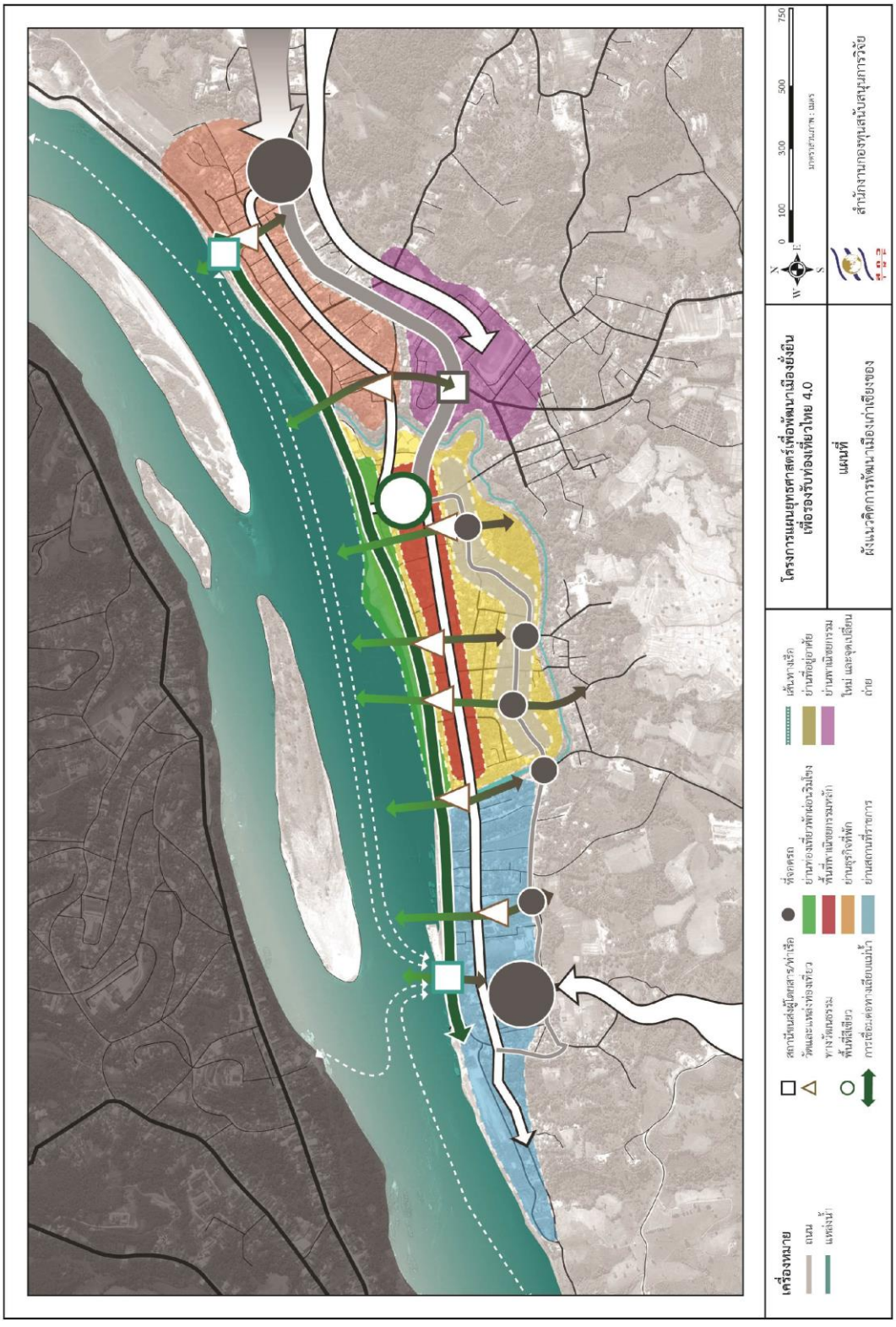
โดยมุ่งเน้นการตอบความต้องการทั้งกับนักท่องเที่ยวแวะพักระยะสั้นจากกลุ่มคาราวานจากจีน และกลุ่มนักท่องเที่ยวหลวงพระบางที่ต้องต่อเรือ โดยจัดการเพื่อรักษาเสน่ห์ และความเงียบสงบของเมืองเชียงเอาไว้



ยุทธศาสตร์การใช้ประโยชน์ที่ดินและการขนส่งเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี พ.ศ. 2579 (ค.ศ. 2036)

ผังแนวคิดการพัฒนาภายในตัวเมืองเก่าเชียงของ

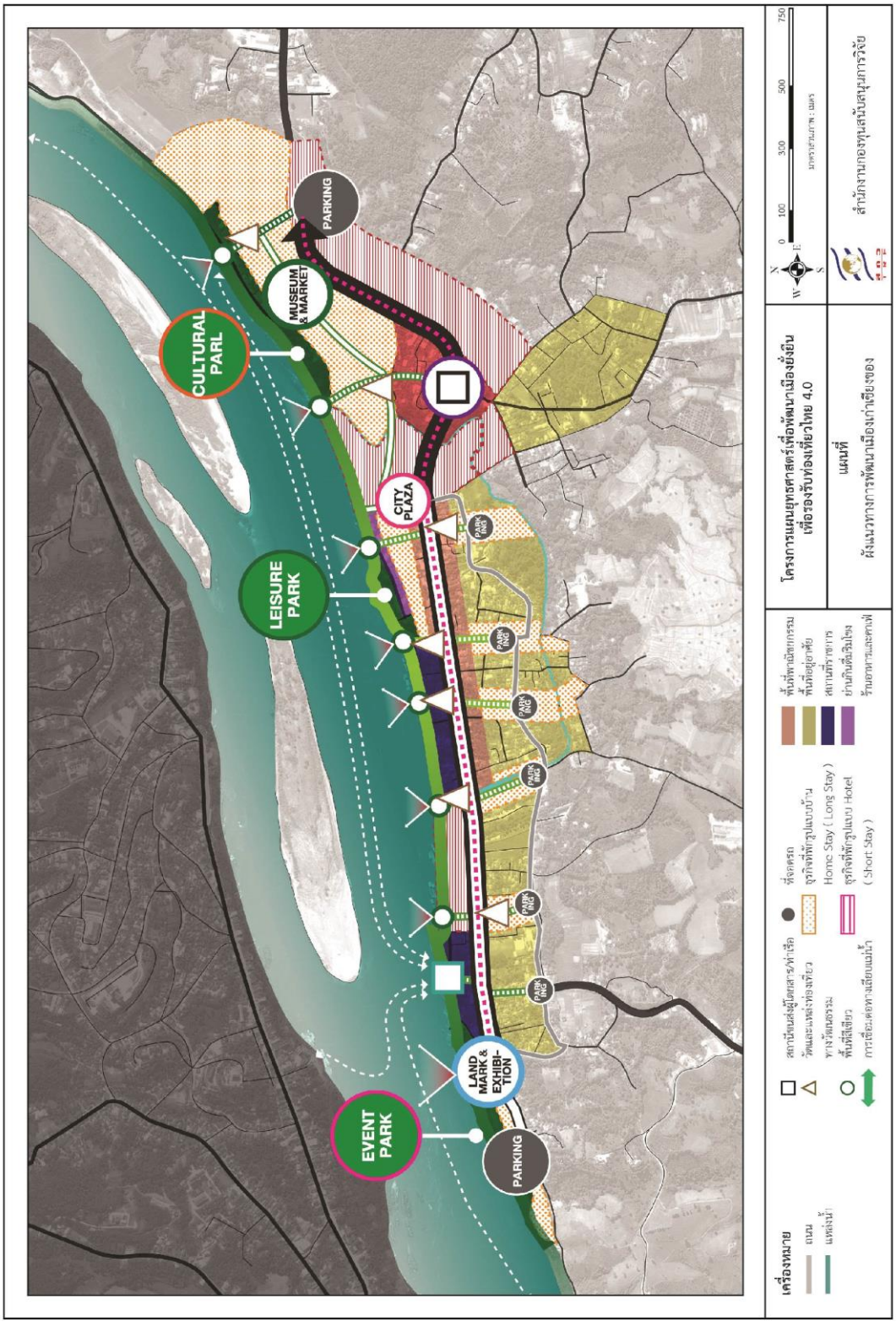
- เชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง และปรับปรุงภูมิทัศน์ การเข้าถึง และกิจกรรมริมแม่น้ำ
- ฟื้นฟูบูรณะพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยคงไว้ซึ่งเสน่ห์ของเมือง
- พัฒนาพื้นที่รอบนอกคูเมืองเชียงของ เพื่อรองรับกิจกรรม และนักท่องเที่ยวในอนาคตที่กำลังเพิ่มขึ้น
- จัดการที่จอดรถ และขนส่งสาธารณะภายในเมืองเชียงของ



ภาพที่ 89-9 ตัวอย่างผังแสดงแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0

ผังแนวทางการพัฒนาภายในตัวเมืองเก่าเชียงของ

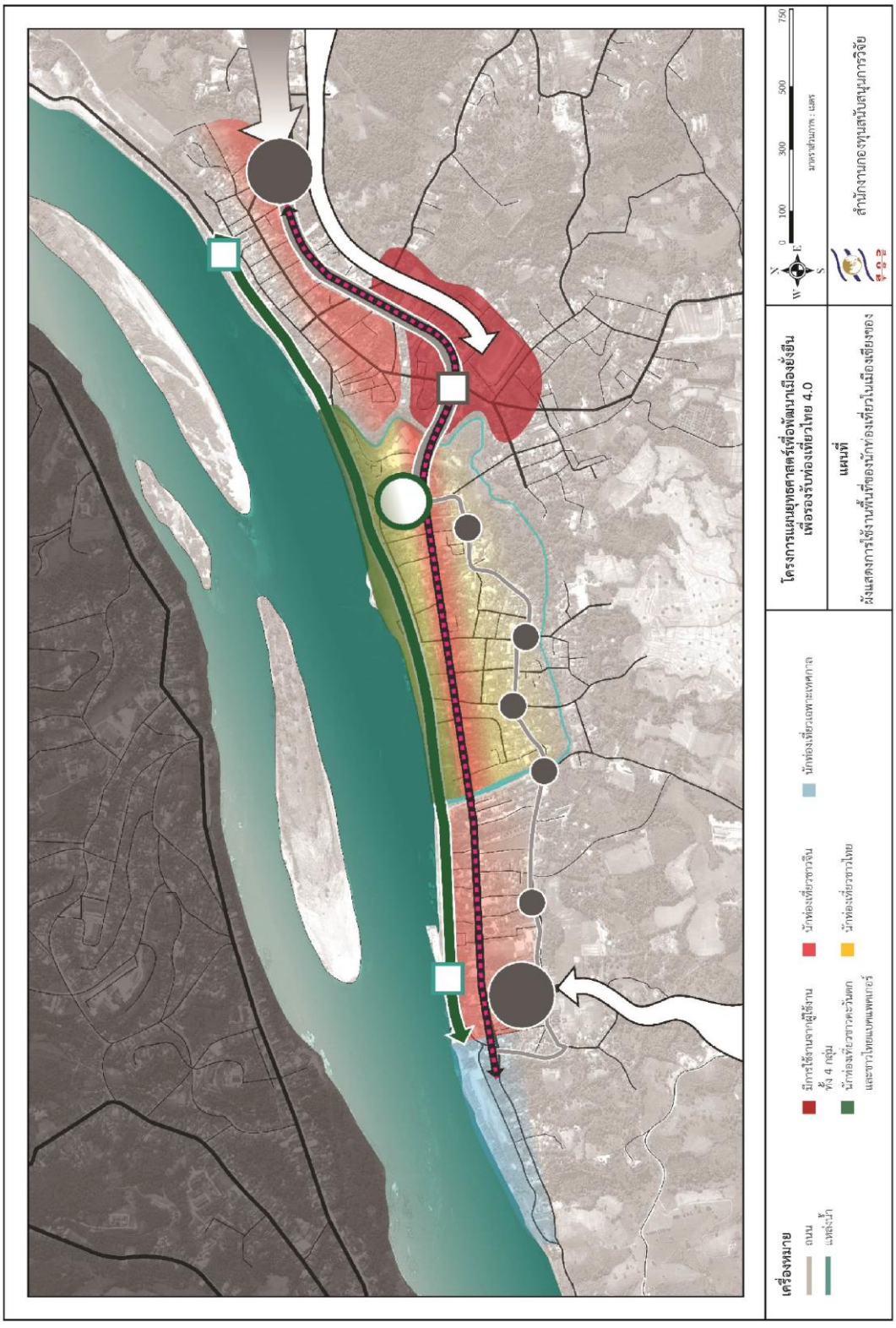
- พัฒนาระบบขนส่งภายในเมืองด้วย Shuttle Bus/Boat
- พัฒนาพื้นที่สีเขียวและกิจกรรมโดยรอบ โดยแยกออกเป็น พื้นที่ริมน้ำเพื่อจัดงานเทศกาล พื้นที่ริมน้ำเพื่อพักผ่อน และพื้นที่ริมน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เชื่อมต่อพื้นที่ริมน้ำทั้งหมดเข้าด้วยกัน และส่งเสริมการใช้จักรยานในพื้นที่ โดยมีจุดแวะพักและจุดจอด
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ทางเลียบแม่น้ำ และพื้นที่ติดริมแม่น้ำให้หันเข้ากับแม่น้ำโขง
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่
- เชื่อมต่อจากวัดลงสู่พื้นที่ริมน้ำ และถนนที่เชื่อมต่อกัน
- เสนอแนะการปรับเปลี่ยนบ้านเดิมเป็นที่พักรูปแบบเกสต์เฮ้าส์ และโฮมสเตย์ โดยอยู่ในแนวทางที่เชื่อมสู่วัดลงสู่แม่น้ำได้ เพื่อไม่รบกวนชุมชนเดิมในพื้นที่
- ธุรกิจที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ และที่พักคุณภาพดีตามแนวแม่น้ำโขง และอยู่ภายในคูเมืองเชียงของ รองรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก และชาวไทย
- ธุรกิจที่พักรูปแบบอาคาร เช่น โรงแรม อยู่บริเวณนอกคูเมือง เพื่อไม่ทำลายทัศนียภาพของเชียงของ รองรับนักท่องเที่ยวจีน



ภาพที่ 6-9 ตัวอย่างการออกแบบผังแม่บทพื้นที่ศึกษา

ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวชาวตะวันตก และชาวไทยจะเลือกพักอยู่ในภายในคูเมืองเชียงของ และริมแม่น้ำโขงโดยสามารถเข้าถึงพื้นที่พาณิชยกรรมริมถนนได้สะดวก
- นักท่องเที่ยวเฉพาะเทศกาล จะเลือกพักปะปนโดยมาเป็นช่วง เช่น งานมาราธอนเป็นต้น
- นักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมพักในรูปแบบอาคารจะเลือกพักอยู่นอกคูเมืองเชียงของ แม้ว่าบางส่วนจะไม่ได้รับทัศนียภาพที่ดี แต่มีการเข้าถึงสะดวก



แผนภาพที่ 6-70 ตัวแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

การพัฒนาพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือบั๊คนั้นพัฒนาเพื่อรองรับการงานนิทรรศการ เทศกาลและกิจกรรมของคนเมืองเชียงของได้ โดยพื้นที่ลานกิจกรรมมีลักษณะเป็นลานปูน สามารถใช้งานในการเล่นกีฬา หรือปรับเปลี่ยนในการจัดงาน โดยมีอัฒจรรย์ธรรมชาติไล่ระดับเพื่อใช้ในการพักผ่อน และรับชมงานเทศกาลได้ โดยต่อเชื่อมต่ออาคารราชการที่ปรับเปลี่ยนเป็นศูนย์จัดนิทรรศการและพื้นที่อเนกประสงค์ในร่มได้ และพื้นที่ริมแม่น้ำโขงได้มีการแยกพื้นที่ออกเป็น 2 ระดับ โดยระดับบนถูกใช้งานเพื่อใช้ในรับชมวิวแม่น้ำโขง ในขณะที่พื้นชั้นล่างถูกใช้เพื่อการวิ่ง และปั่นจักรยานเลียบแม่น้ำโขงได้

ในส่วนพื้นที่บริเวณท่าเรือบั๊ค ท่าเรือเชียงของ และศุลกากรท่าเรือเชียงของ เสนอให้ปรับพื้นที่ให้เชื่อมถึงกัน และให้บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาใช้งานได้ โดยใช้ท่าเรือบั๊คในการเดินทางภายในเมืองเชียงของ และข้ามฝากไปยังฝั่งลาวได้ มีพื้นที่นั่งคอยและร้านอาหารรองรับ พื้นที่ด้านบนริมทางหลวงหมายเลข 1020 ปรับพื้นที่เพื่อเป็นที่จอดรถรองรับรถทัวร์ได้ เชื่อมต่อกับสถานีรถ Shuttle Bus เข้าสู่เมืองเชียงของ เพื่อลดจำนวนรถเข้าสู่เมืองเชียงของ

โครงการยกระดับศักยภาพพื้นที่ท่องเที่ยวรองรับไทยแลนด์ 4.0
เพื่อยกระดับรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ
ผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินและการจัดการจราจรในบริเวณพื้นที่

รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือ

- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำโขง 3.5 กม.
  - ปูพื้นทางคนเดินและทางจักรยาน
  - ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา
  - ติดตั้งองค์ประกอบเมือง ไฟทาง ที่นั่งพัก ราวกันตก และศาลา
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ท่าเรือเชียงของ และท่าเรือบั๊ค
  - ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา
  - ก่อสร้างพื้นที่พักคอย
- โครงการฟื้นฟูบูรณะอาคารราชการเพื่อเป็นศูนย์จัดนิทรรศการและพื้นที่อเนกประสงค์
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลานปลาบึก
  - ก่อสร้างพื้นที่นั่งชมเทศกาล
  - ก่อสร้างหลังคาและลานอเนกประสงค์
  - ก่อสร้างชานชมวิวแม่น้ำโขง
  - ก่อสร้างที่จอดรถและสวนสาธารณะ
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus



แผนที่ที่ 6-72 รายละเอียดโครงการพื้นที่เป้าหมายบริเวณถนนปลาบึกและท่าเรือ – พื้นที่ดำเนินการจัดทำแบบแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0

พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบเมืองท่องเที่ยวคือการสร้างพื้นที่รองรับกิจกรรมที่จะกระตุ้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่อยู่อาศัยในเมืองและนักท่องเที่ยว ในงานออกแบบครั้งนี้ ได้เสนอพื้นที่ตัวอย่างสำหรับการจัดงานกิจกรรม 3 แห่งด้วยกัน ดังนี้

1) ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล
2) ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ
3) ท่าเรือบั๊คและท่าเรือเชียงของ

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล

- เปิดมุมมองโล่งสู่แม่น้ำโขง เพื่อให้แม่น้ำโขง เป็นฉากหลังในการจัดเทศกาลต่าง ๆ
- เชื่อมต่อสู่อาคารนิทรรศการและ อนุสาวรีย์ปลาบึก
- ลานอเนกประสงค์สำหรับการออกกำลัง และการจัดงานเทศกาลได้



แผนภาพที่ 6-73 ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-74 ลานอเนกประสงค์ สำหรับการออกกำลังกายและจัดเทศกาล (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ

- พื้นที่อัฒจรรย์ธรรมชาติ ใช้งานเพื่อรับชมงานเทศกาล และง่ายต่อการดูแลรักษา
- ลานอเนกประสงค์สำหรับการออกกำลัง และการจัดงานเทศกาลได้
- จุดชมวิวแม่น้ำโขงแบบ 180 องศา สำหรับนักท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 6-75 ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-76 ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

ท่าเรือบั๊คและท่าเรือเชียงของ

- ปรับปรุงพื้นที่ขึ้นเรือของท่าเรือบั๊ค และปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา โดยยังคงมีความอเนกประสงค์ของพื้นที่
- เปิดพื้นที่ท่าเรือบั๊คเชื่อมกับท่าเรือเชียงของ เพื่อให้โครงข่ายทางเดินริมน้ำเชื่อมต่อกันยิ่งขึ้น
- พื้นที่ริมแม่น้ำโขง ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา และศาลาพักคอยแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทาง



แผนภาพที่ 6-77 ท่าเรือบั๊คและท่าเรือเชียงของ (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-78 ท่าเรือบั๊คและท่าเรือเชียงของ (ภาพหลัง)

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณผาถ่านและวัดหลวง – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว

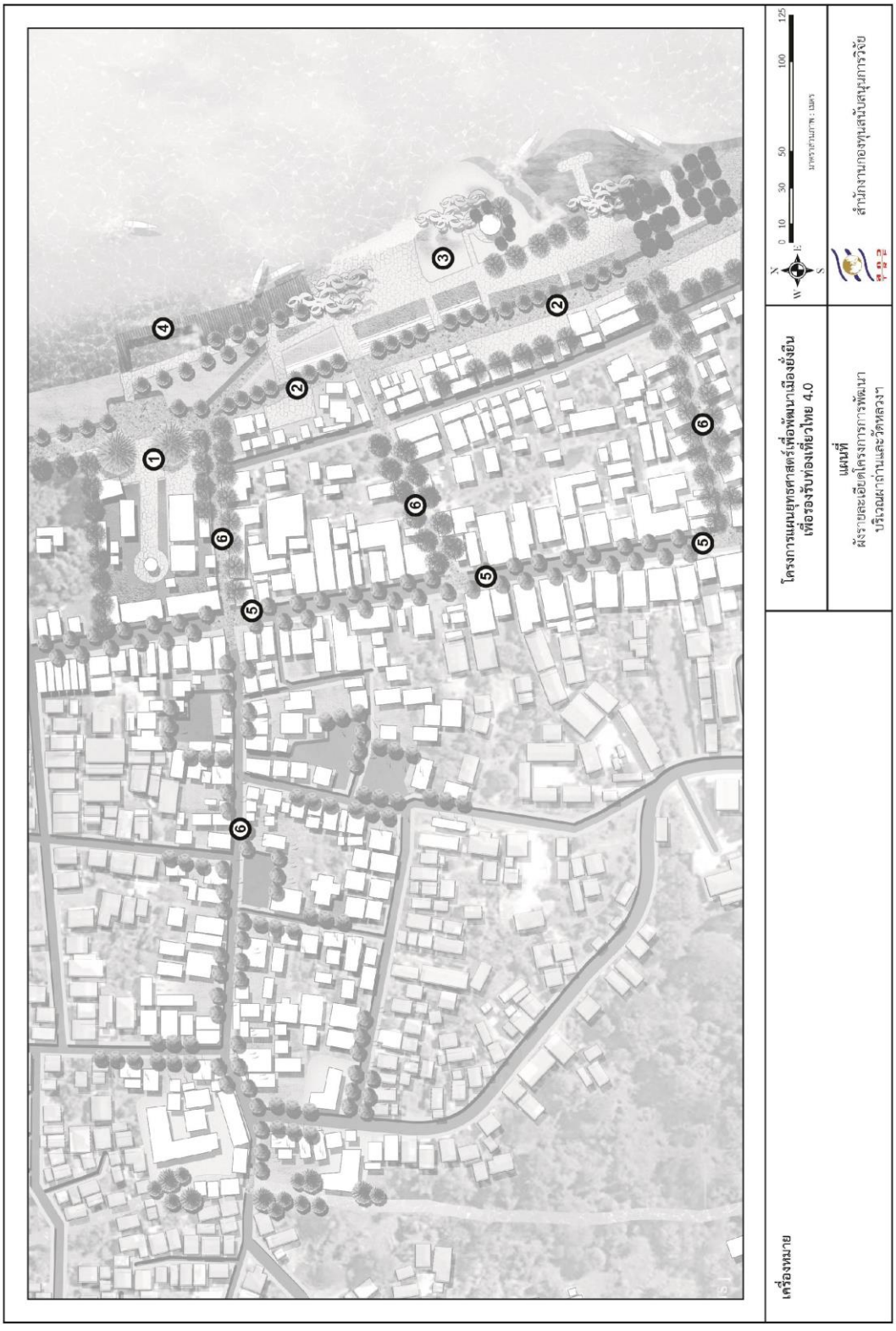
พื้นที่บริเวณผาถ่านและวัดหลวงไชยสถาน จะมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการพักผ่อนระยะยาว เชื่อมต่อกับธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ สู่ริมแม่น้ำโขง โดยมีกิจกรรมร้านอาหาร คาเฟ่ และบาร์ริมแม่น้ำโขง และปรับปรุงภูมิทัศน์ทางเลียบแม่น้ำโขง ให้มีระดับการเชื่อมต่อที่เหมาะสม สนับสนุนการขี่จักรยาน และจัดการที่จอดรถในพื้นที่ เพื่อไม่รบกวนทัศนียภาพริมแม่น้ำโขง

บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน มีการปรับปรุงลานเพื่อมุมมองสู่วัดและพระธาตุ สร้างการเข้าถึงของวัดจากพื้นที่ริมแม่น้ำโขงเหมือนในอดีตที่วัดมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำ เชื่อมต่อจากวัดสู่ศาลาพักผ่อน และพื้นที่เล่นน้ำริมแม่น้ำโขงแบบปิดล้อม เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สัมผัสวิถีชาวริมแม่น้ำโขงที่มีการเล่นน้ำโขงกัน

แผนที่ 6-9 ตัวอย่างแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0 – พื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี อยู่ในเขตพื้นที่ศึกษาย่านเมืองเก่าธนบุรี

รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณผาถ่านและวัดหลวง

- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ภายในวัดและลานหน้าวัดหลวง
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำโขง 3.5 กม.
  - ปูพื้นทางคนเดินและทางจักรยาน
  - ติดตั้งองค์ประกอบเมือง ไฟทาง ที่นั่งพัก ราวกันตก และศาลา
  - จัดระเบียบที่จอดรถ
- 3 โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณผาถ่าน
  - ติดตั้งไฟทาง และหลังคา
  - ปูพื้นทางคนเดินและระเบียงทางเดิน
- โครงการก่อสร้างพื้นที่เล่นน้ำโขงแบบปิดล้อม และชานไม้ริมน้ำ
  - ขนาด 250 ตร.ม.
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน



แผนภาพที่ 6-80 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณถ่านหินและวัดพระธาตุเขาน้อย – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยว

พื้นที่สำหรับการพักผ่อนระยะยาว

พื้นที่บางแห่งเหมาะสมสำหรับการพักผ่อนระยะยาวที่มุ่งเน้นกิจกรรมแนบเนิบช้า ไม่คึกคักจอแจจนเกินไป ในงานออกแบบครั้งนี้ ได้นำเสนอตัวอย่างการออกแบบพื้นที่พักผ่อนระยะยาวไว้ 3 พื้นที่ ได้แก่

1) พื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหลวงและพื้นที่พักผ่อน
2) ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน
3) ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน

รูปตัดพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว

พื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหลวงและพื้นที่พักผ่อน

ปรับปรุงภูมิทัศน์ลานหน้าวัดหลวงให้เข้ากับแม่น้ำโขง ส่งเสริมการท่องเที่ยว ชมวัดและพระธาตุของวัดหลวงไชยสถานได้สวยงาม และสร้างการเข้าถึงผ่านทางเดินริมโขง อีกทั้งสร้างกิจกรรมพักผ่อนระยะยาว ศาลาพักผ่อนสำหรับนั่งพัก และพื้นที่เล่นน้ำโขงที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 6-81 รูปตัดพื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหลวงและพื้นที่พักผ่อน

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว

ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน

- พื้นที่เล่นน้ำโขงแบบปิดล้อม เพื่อให้การเล่นน้ำ สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวมากขึ้น
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ผาถ่านให้ เชื่อมต่อกับทางเดินด้านบนยิ่งขึ้น
- เสนอแนะให้อาคารริมแม่น้ำโขง ปรับเปลี่ยนเป็น ร้านอาหาร ร้านกินดื่ม เกสต์เฮ้าส์ สำหรับนักท่องเที่ยวระยะยาว



แผนภาพที่ 6-82 ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-83 ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว

ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน

- พัฒนาศาลาพักผ่อนริมแม่น้ำโขง เพื่อนั่งชมแม่น้ำโขงและพักผ่อน
- พัฒนาทางจักรยานและทางเดิน ลัดเลาะริมโขง เอื้อแก่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว
- เปิดลานหน้าวัดหลวง และเป็นพื้นที่สาธารณะ เอื้อแก่การพักผ่อนระยะยาว



แผนภาพที่ 6-84 ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง)



แผนภาพที่ 6-85 ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน (ภาพหลัง)

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การพัฒนาพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้นั้นเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาตลาดสินค้าพื้นถิ่น ไก ผ้าทอไทลื้อ และสินค้าสร้างสรรค์ของเชียงของ โดยเชื่อมต่อจากทางหลวงหมายเลข 1020 ที่มีที่จอดรถรองรับรถทัวร์และรถยนต์ สู่ถนนคนเดิน วัดหาดไคร้ และพื้นที่ริมแม่น้ำโขงตามลำดับ โดยมีกาปรับปรุง ภูมิทัศน์โดยรอบวัดหาดไคร้ และลานต้นโพธิ์ให้มีสวยงาม พร้อมการออกแบบลวดลายบนพื้น เน้นย้ำความสำคัญของวัดที่สัมพันธ์กับพิธีการล่าปลาบึกในอดีต

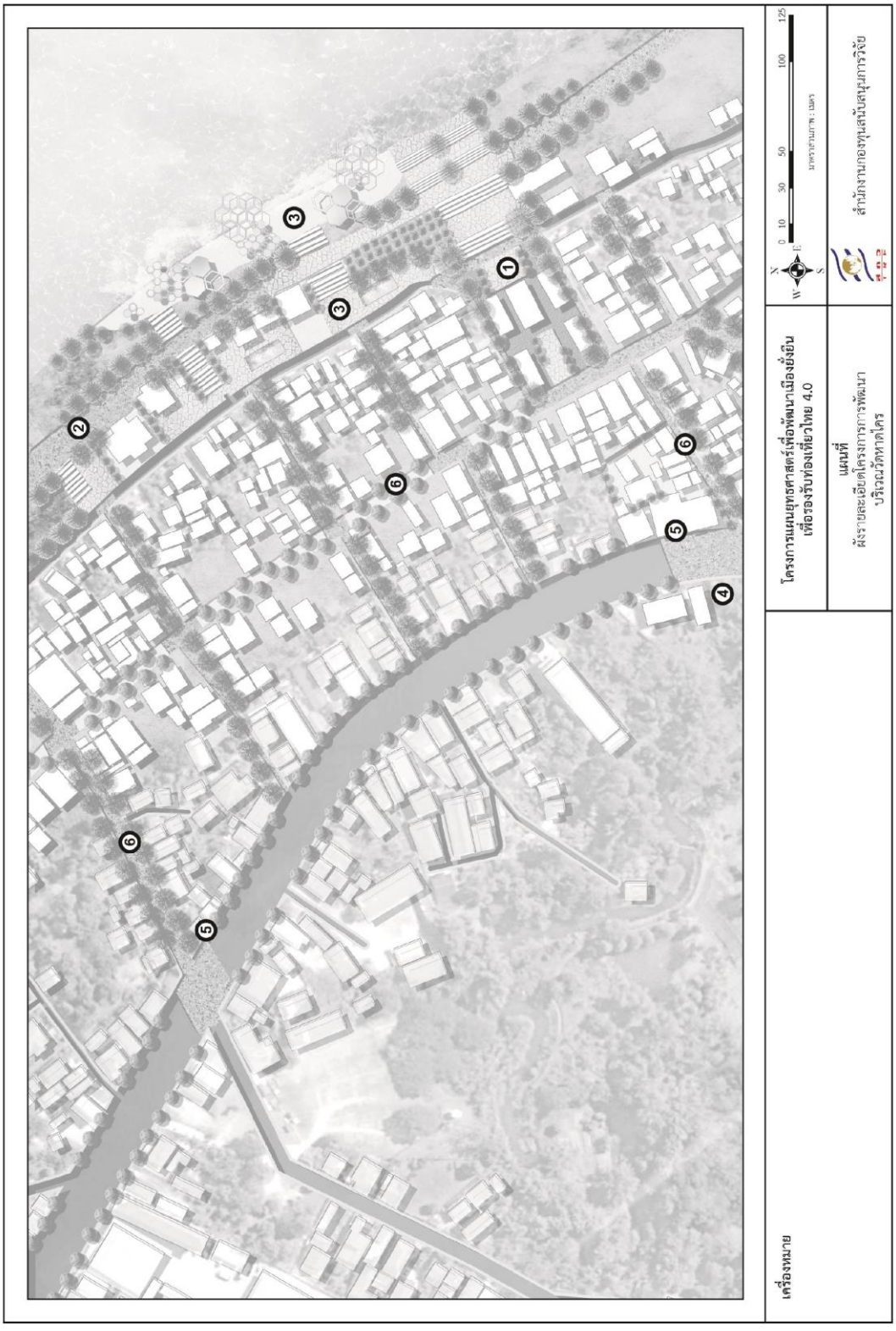
นอกจากนั้นพื้นที่ยังพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมของคนเมืองเชียง ทั้งสนามกีฬาและลานออกกำลังกาย โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน และรับชมวิถีชีวิตชาวเชียงของไปพร้อมกันได้ โดยพื้นที่ริมแม่น้ำโขงนั้นมีการปรับระดับให้สามารถมองเห็นวัดได้มากขึ้น มีท่าเรือใช้ในการเชื่อมต่อภายในเมืองเชียงของ และพื้นที่หาดทรายใช้ในการตากถั่วงอก หรือจกไก



แผนภาพที่ 6-86 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณวัดหาดไคร้

- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ภายในวัดและลานหน้าวัดหาดไคร้
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำโขง 3.5 กม.
  - ปูพื้นทางคนเดินและทางจักรยาน
  - ติดตั้งองค์ประกอบเมือง ไฟทาง ที่นั่งพัก ราวกันตก และศาลา
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณหน้าพิพิธภัณฑ์ปลาบึก
  - จัดทำลานทราย เพื่อใช้ในการจกไก ตาก หรือปลูกผัก
  - จัดทำลานอเนกประสงค์
- โครงการก่อสร้างที่จอดรถทัวร์และรถยนต์
  - ขนาดที่ดิน 2,500 ตร.ม.
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนทางคนเดิน และทางข้ามถนน



แผนที่ 6-87 รายละเอียดโครงการพื้นที่นำร่องวัดพระธาตุดอยเขาที่ – พื้นที่ใช้งานบริเวณท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปตัดพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

พื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม

ปรับปรุงพื้นที่โดยเชื่อมต่อจากถนนคนเดินเชิงวัฒนธรรมหาดไคร้ สู่แม่น้ำโขง โดยผ่านวัดหาดไคร้อันมีความสัมพันธ์กับวิถีชาวเชียงของในพิธีกรรมล่าปลาบึกในอดีต และสร้างกิจกรรมแม่น้ำโขง เชื่อมต่อกับลานต้นโพธิ์ โดยเชื่อมต่อจากพื้นระดับบน สู่พื้นที่ริมแม่น้ำ



แผนภาพที่ 6-88 รูปตัดพื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลานริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม

- พัฒนาทางจักรยานและทางเดิน ลัดเลาะริมโขง เอื้อแก่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว
- ปรับปรุงภูมิทัศน์หน้าวัดหาดไคร้ เป็นร้านค้า และลานสาธารณะสำหรับครอบครัว
- เปิดลานหน้าวัดหาดไคร้ เปิดแกนมองสู่อุโบสถ และชมลานโพธิ์อันเป็นสิ่งสำคัญต่อเชียงของ



แผนภาพที่ 6-89 ลานริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 6-90 ลานริมน้ำหน้าวัดหาดไคร้และตลาดเชิงวัฒนธรรม (ภาพหลัง)

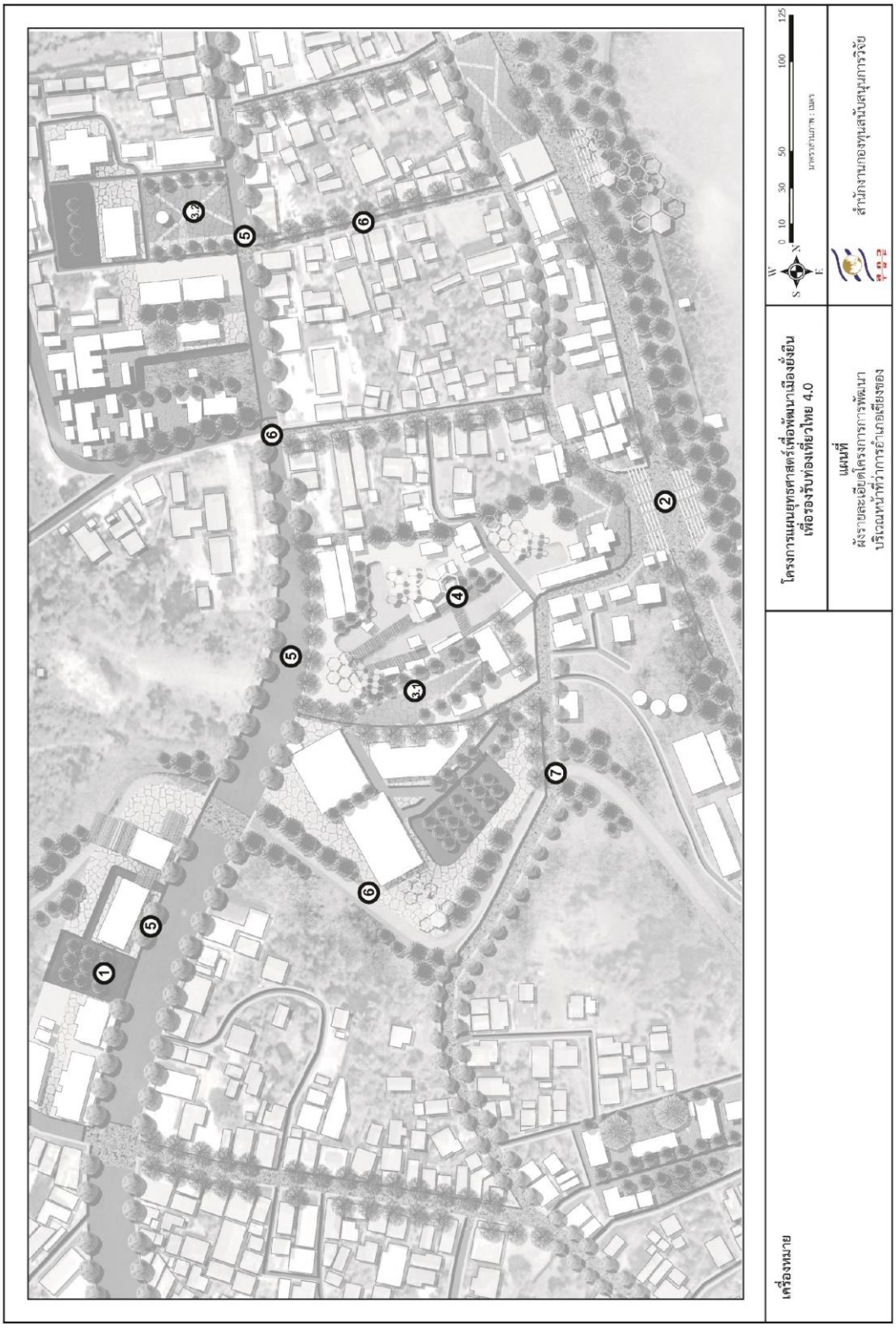
ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและสั้น

แนวคิดหลักในส่วนนี้คือ การปรับปรุงพื้นที่จากทางหลวงหมายเลข 1020 เชื่อมต่อสู่พื้นที่ริมแม่น้ำโขง เนื่องจากพื้นที่โดยรอบจุดลงรถทัวร์ หรือหน้าตลาดสดเทศบาลเป็นพื้นที่แรกที่นักท่องเที่ยวแบคแพคเกอร์ (ระยะยาว) จะมาถึง อีกทั้งเป็นพื้นที่ปะทะกับนักท่องเที่ยวจีน (ระยะสั้น) ที่มาพักชั่วคราว และพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าถึงด้วยรถประจำทาง และสามารถเข้าถึงจากรถยนต์ได้สะดวกด้วยเช่นกัน นำนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่ริมน้ำ ผ่านสวนสาธารณะและตลาดหน้าสำนักงานเทศบาลเวียงเชียงของ ลัดเลาะเลียบคูเมืองเชียงของสู่แม่น้ำโขง สร้างการเชื่อมต่อกับเมืองเชียงของเก่าและใหม่ด้วยสะพาน นอกจากนั้นเชื่อมต่อแนวทางเดินจากวัดภายในเชียงของสู่พื้นที่ริมแม่น้ำโขง

แผนภาพที่ 6-91 ผังแสดงตำแหน่งพื้นที่ศึกษาโดยรอบในระยะรัศมีรอบที่ 1 และที่ 2 ของพื้นที่ศึกษาโครงการ

รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ

- โครงการก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และจุดลงรถทัวร์
  - ขนาดที่ดิน 4,000 ตร.ม.
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำโขง 3.5 กม.
  - ปูพื้นทางคนเดินและทางจักรยาน
  - ติดตั้งองค์ประกอบเมือง ไฟทาง ที่นั่งพัก ราวกันตก และศาลา
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลานสาธารณะ ได้แก่
  - สนง.เทศบาลเวียงเชียงของ
  - ที่ว่าการอำเภอเชียงของ
- โครงการก่อสร้างสวนสาธารณะหน้าสนง.เทศบาลเชียงของ
  - ขนาดที่ดิน 3,000 ตร.ม.
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนทางคนเดิน และทางข้ามถนน
- โครงการก่อสร้างสะพานข้ามคูเมือง



แผนภาพที่ 6-92 รายละเอียดโครงการพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่พบปะรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและสั้น

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ –พื้นที่สำหรับการพบปะ รองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวและระยะสั้น

พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอเชียงของ

- อาคารภายในเมืองเชียงของ ถูกควบคุมหน้าตา ให้มีช่องว่างที่เหมาะสมเข้ากับเมืองเชียงของ
- มีรถ Shuttle Bus ให้บริการตามแนวถนนหลักของเมือง ลดการใช้รถยนต์ในพื้นที่
- ปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบลานหน้าที่ว่าการอำเภอ เพื่อส่งเสริมแก่ตลาดหน้าที่ว่า อันเป็นจุดพบปะของนักท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 6-93 พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอเชียงของ (ภาพก่อน)

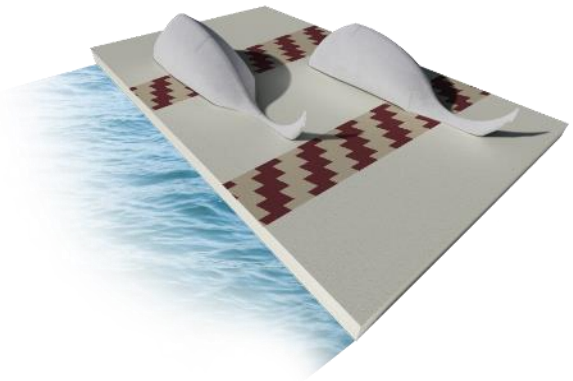


แผนภาพที่ 6-94 พื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอเชียงของ (ภาพหลัง)

องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

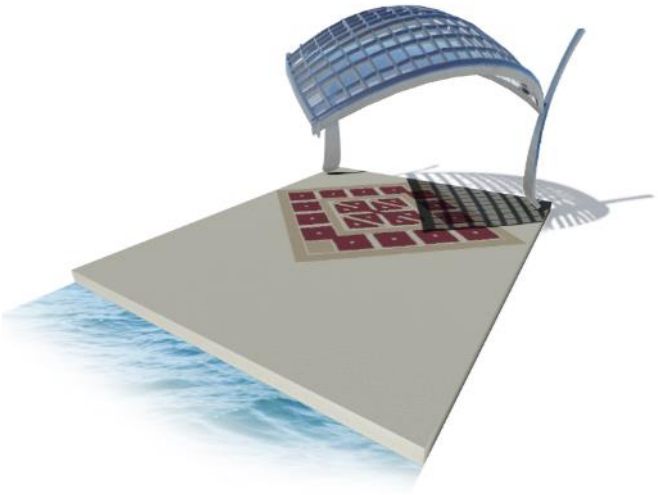
เมืองเชียงของนั้นมีอัตลักษณ์ที่เด่นชัดของชาวไทลื้อ และไทยวนในพื้นที่ ด้วยลวดลายผ้าทอน้ำไหล และผ้าจกไทยวน และสีสันสดใสของลายผ้า อีกทั้งวิถีชีวิตของชาวเชียงของที่มีความสัมพันธ์กับแม่น้ำโขงตั้งแต่ในอดีต เช่น การจับปลาบึก หรือการจกไกเป็นต้น จึงนำสีและลวดลายผ้า และรูปทรงโค้งมนปลาบึก แม่น้ำ และไกมาออกแบบองค์ประกอบเมือง ดังนี้

- **เก้าอี้ริมแม่น้ำโขง** เพื่อการนั่งชมวิวริมแม่น้ำโขง



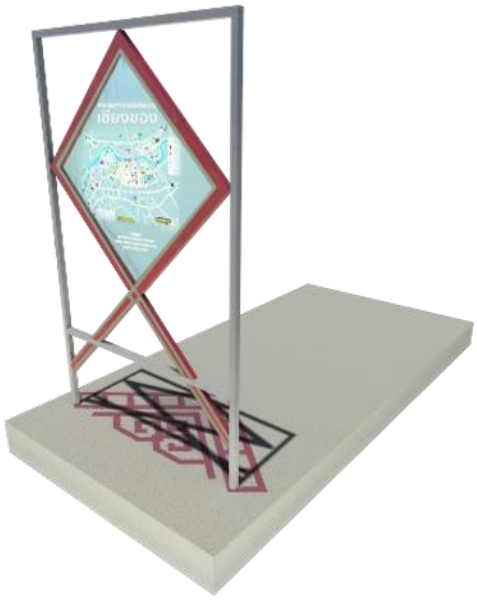
แผนภาพที่ 6-95 เก้าอี้ริมแม่น้ำโขง

- **หลังคาให้ร่มเงา** ลวดลายตะข่าย สะท้อนถึงแหจับปลา ให้ร่มเงา เพื่อพักผ่อนได้สบายขึ้น



แผนภาพที่ 6-96 หลังคาให้ร่มเงา

- **ป้ายบอกทางในเมือง** เพื่อแนะนำสถานที่ภายในเมืองเชียงของซึ่งยังไม่ได้รับการนำเสนอ วัสดุเป็นกระจก ไม่บดบังริมน้ำ



แผนภาพที่ 6-97 ป้ายบอกทางในเมือง

- **ประติมากรรมริมน้ำ** ประติมากรรมรูปปลาที่ได้รับการลดทอน โดยนำไปวางในพื้นที่ที่น้ำขึ้นลงตามฤดูกาล สร้างความหลากหลายในการมาเที่ยว



แผนภาพที่ 6-98 ประติมากรรมริมน้ำ

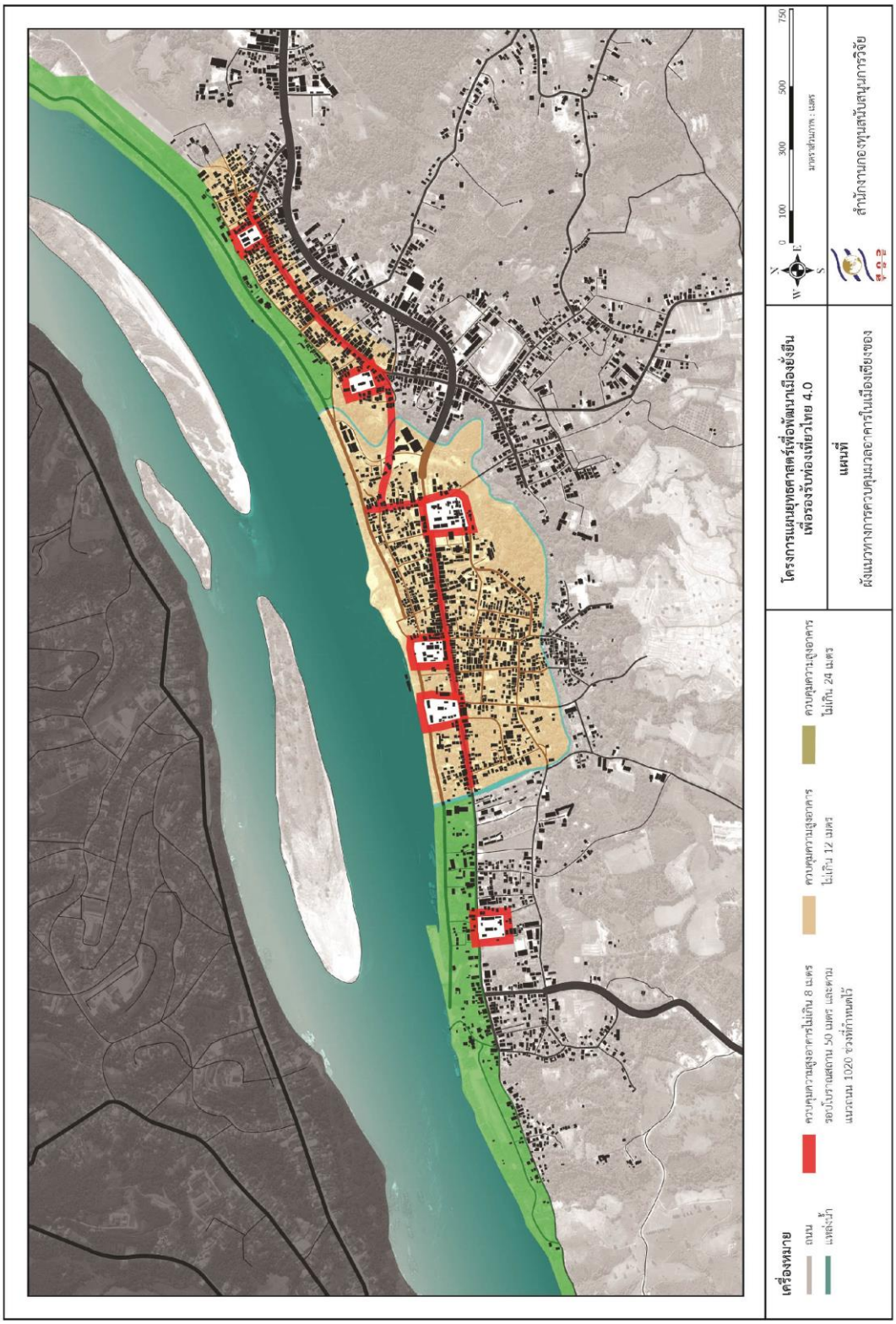
- **ไฟทางถนนและคนเดิน** ใช้งานภายในเมืองเชียงของ สร้างบรรยากาศแก่เมืองเชียงของ



แผนภาพที่ 6-99 ไฟทางถนนและคนเดิน

ผังแสดงการควบคุมความสูงอาคาร

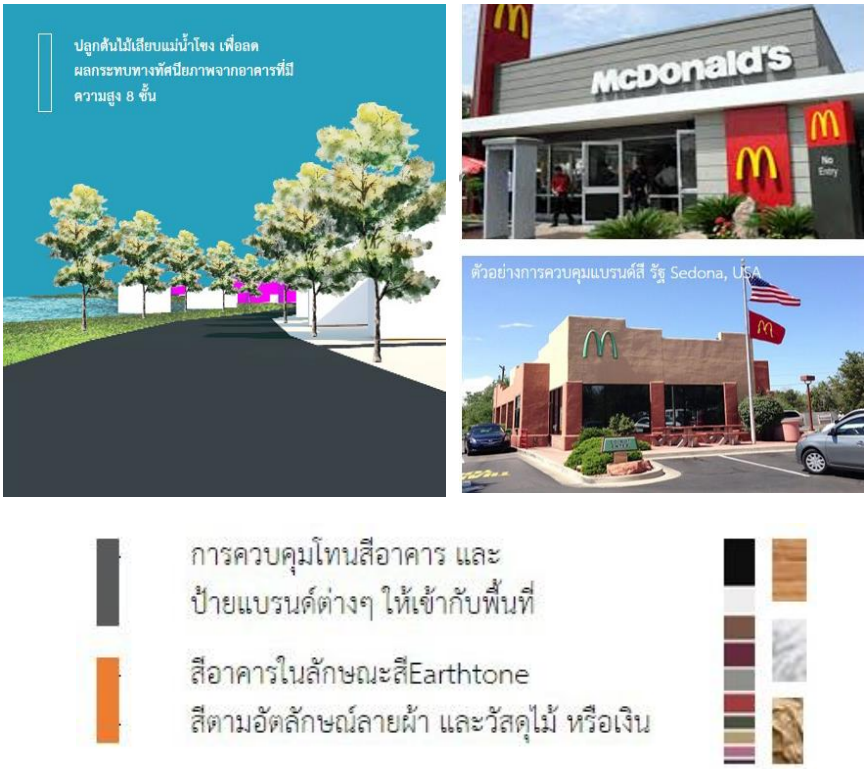
- ควบคุมความสูงอาคารโดยรอบโบราณสถาน เพื่อไม่ให้บัดบังหรือทำลายทัศนียภาพของวัดจากทั้งทางแม่น้ำโขง และถนน 1020
- ควบคุมความสูงอาคารภายในพื้นที่เมืองเก่า และพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งเสน่ห์ของเชียงของ
- ควบคุมความสูงอาคารริมแม่น้ำโขง เนื่องจากส่งผลต่อทัศนียภาพทางริมน้ำ



ระดับอันตรายจากคลื่นซัดฝั่งในพื้นที่ 001-9 พื้นที่หาดไหม้

แนวทางการควบคุมหน้าตาและสีอาคาร

- ปลูกต้นไม้เลียบแม่น้ำโขง เพื่อลดผลกระทบทางทัศนียภาพจากอาคารที่มีความสูง 8 ชั้น
- การควบคุมโทนสีอาคาร และป้ายแบรนด์ต่าง ๆ ให้เข้ากับพื้นที่ โดยลักษณะสี Earthtone สีตามอัตลักษณ์ลายผ้าชนเผ่าไทลื้อ และไทยวน และเลือกใช้วัสดุไม้ หรือเงิน ซึ่งเป็นวัสดุที่ใช้ในแต่งกายของชาวเชียงของ



แผนภาพที่ 6-101 แนวทางการควบคุมหน้าตาและสีอาคาร

สรุปและอภิปราย

การศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชายแดนในบทนี้เริ่มต้นจากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหา และข้อมูลพื้นฐานทั้งการท่องเที่ยวและการตั้งถิ่นฐานของจังหวัดเชียงราย ภายใต้ความท้าทายที่ว่า ทั้งเมืองแม่สายและเมืองเชียงของมีเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานเดิมเป็นเมืองการค้าชายแดน แต่ทั้งภูมิสัณฐานของเมืองและรูปแบบทางวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ สามารถนำมาออกแบบเพื่อขับเน้นและสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างมีเอกลักษณ์ และเข้ากันได้ดีกับเศรษฐกิจชายแดนได้เป็นอย่างดีได้อย่างไร

การศึกษาแนวคิดและแนวทางการออกแบบเมืองแม่สายและเชียงของเริ่มจากการวิเคราะห์รูปแบบของการเดินทาง การเข้าถึง และพฤติกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นฐานเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้และศักยภาพของเมืองทั้งสองว่า ควรสร้างแบรนด์เมืองและการตอบรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไหนเป็นสำคัญ

จากการที่ทั้งสองเมืองอยู่ในภูมิภาคการท่องเที่ยวสำคัญ ในเบื้องต้น การเดินทางข้ามภูมิภาคและประเทศสามารถเดินทางได้โดยผ่านจุดเปลี่ยนถ่ายการเดินทางอากาศที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อาทิ สนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่และสนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงราย อย่างไรก็ตาม การเดินทางเข้าสู่พื้นที่เมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่งต้องเป็นทางรถยนต์เป็นหลัก ดังนั้นเส้นทางและระยะเวลาการเดินทางเข้าสู่พื้นที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญของการกำหนดรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความเป็นด่านพรมแดนที่ต่างกันของทั้งสองเมือง โดยเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีรูปแบบทางการเดินทาง ภูมิประเทศ การเมือง สภาพเศรษฐกิจสังคม และชาติพันธุ์ที่แตกต่างกัน ทำให้การเดินทางในการเข้าถึงพื้นที่จากภายนอกประเทศมีเป้าหมายและรูปแบบการเดินทางแตกต่างไปด้วย ปัจจัยเหล่านี้ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายแตกต่างกันระหว่างสองพื้นที่ แม้มีสภาพเป็นเมืองชายแดนเหมือนกัน

จากการวิเคราะห์พบว่า เมืองแม่สายสามารถเข้าถึงได้สะดวกจากเมืองเชียงรายและอยู่บนเส้นทางการท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงราย คือบริเวณเมืองเชียงรายและเส้นทางดอยตุง นักท่องเที่ยวมักเดินทางเยี่ยมชมตามเส้นทางนี้ โดยมีจุดหมายที่อำเภอแม่สายและบริเวณจุดข้ามแดนถาวรแม่สายเพื่อเยี่ยมชมจุดเหนือสุดของประเทศไทย หรือผ่านพิธีการทางการตรวจคนเข้าเมืองเพื่อไปเยี่ยมชมเมืองท่าขี้เหล็กในฝั่งประเทศพม่า แต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างในอำเภอแม่สาย เนื่องจากความสะดวกในการเดินทางกลับไปพักที่เมืองเชียงราย และไม่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในเวลากลางคืน อย่างไรก็ตาม อำเภอแม่สายมีสาธารณูปการเพื่อการพักค้างอย่างพอเพียง เนื่องจากเป็นเมืองการค้าที่สำคัญระหว่างพรมแดนไทยและพม่า จึงมีโรงแรมที่พักไว้สำหรับบริการพ่อค้าและนักเดินทางอยู่แล้วพอประมาณ แต่ไม่ใช่เป็นรีสอร์ตสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการชื่นชมธรรมชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มหลักของเมืองเชียงราย

แนวคิดสำคัญในการออกแบบในงานนี้กำหนดจากผลการพิจารณาภาพอนาคตของแม่สายในฐานะเมืองการค้าชายแดน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจในอำเภอท่าขี้เหล็กและรัฐฉาน ประเทศพม่า ในการนี้ สามารถกำหนดภาพอนาคตได้ตามุมมองที่ต่างกัน 3 ประการ ได้แก่

1) เมืองแม่สายในฐานะเมืองการค้าชายแดนตามปกติ
2) เมืองแม่สายในฐานะที่เพิ่มเติมการท้าทายของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยตามแนวพรมแดน
3) เมืองแม่สายในฐานะประตูสู่ประเทศไทยที่สามารถเดินทางเข้าสู่ประเทศผ่านรัฐฉานของประเทศพม่าจากจีนตอนใต้

ภาพอนาคตทั้ง 3 ชี้ให้เห็นว่าแม่สายในด้านการท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนตัวเองจากภาพลักษณ์ของการเป็นจุดเหนือสุดของประเทศไทย สู่โอกาสที่เป็นไปได้ในอนาคตถึง 3 ฉากทัศน์ แม่สายจึงจำเป็นต้องสร้างแบรนด์ของเมืองในฐานะเมืองท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ จากเดิมที่นักทัศนาจรที่มาเที่ยวเมืองแม่สายเพียงไม่กี่ชั่วโมงเพื่อซื้อของ ถ่ายรูป หรือข้ามไปเที่ยวเมืองท่าขี้เหล็ก ไปสู่การกระตุ้นทำให้เกิดผู้พักค้างใหม่ ๆ เพิ่มเติมขึ้นอย่างน้อย 1 คืน ไปพร้อมกับการสร้างภาพจำและความประทับใจต่อเมืองแม่สายที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น

การพัฒนาแนวคิดของการออกแบบเมืองแม่สายเริ่มจากการทบทวนความเป็นไปได้ของการสร้างแบรนด์เมืองแม่สายตามหลักการของการสร้างแบรนด์ โดยการค้นหาโครงสร้างของแบรนด์หรือตัวตนของเมือง (brand DNA) ที่แสดงถึงตัวตนของเมืองแม่สายในปัจจุบันและที่สอดคล้องกับภาพอนาคตของเมืองแม่สาย ทั้งนี้เมืองแม่สายแต่เดิมเน้นภาพจำหรือแบรนด์ "เหนือสุดแดนสยาม" และ "มหัศจรรย์ 10 ชาติพันธุ์" ซึ่งสามารถใช้สร้างการตระหนักรู้ให้กับคนภายนอกได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ทั้งหมด พบว่าตัวตนของแม่สายมีการถูกพูดถึงได้ถึง 6 รูปแบบคือ

1) ป่า ดอย ผา และภูเขา โดยมีภาพตัวแทนของดอยผาหมี และดอยเวา เป็นอัตลักษณ์สำคัญ
2) การประสานความร่วมในมือในหลากหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นการอยู่ร่วมระหว่างประเทศไทยกับพม่า หรือความร่วมมือของคนทั้งโลกในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้าไปติดอยู่ในถ้ำขุนน้ำนางนอน
3) พื้นที่พหุวัฒนธรรมของกลุ่ม 10 ชาติพันธุ์ที่เป็นภาพลักษณ์เดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
4) เมืองการค้าชายแดนที่เป็นเศรษฐกิจหลักของเมือง
5) ความเป็นพรมแดนที่กั้นระหว่างประเทศ
6) แม่น้ำสายและแม่น้ำกก สายน้ำธรรมชาติที่เป็นเส้นแบ่งพรมแดน และเป็นที่ตั้งของจุดข้ามแดนที่สำคัญ

ภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถจัดกลุ่มเป็นตัวตนของแม่สายสำหรับการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนได้คือ "การประสาน ชาติพันธุ์ แบบไร้พรมแดน" หรือกล่าวสั้น ๆ ให้จำได้ง่ายว่า "แม่สาย สืบสาน" เพื่อขับเน้นภาพการท่องเที่ยวบนบริเวณพื้นที่พรมแดน แทนที่จะเป็นเพียงแค่จุดเหนือสุดของประเทศไทย จากการพัฒนาภาพลักษณ์ดังกล่าว ประกอบกับการถอดรหัสชาติพันธุ์ให้กลายมาเป็นองค์ประกอบของการออกแบบเมือง จึงได้แนวคิดตัวอย่างโครงการของการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวแม่สายในจุดต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาพื้นที่สาธารณะริมแม่น้ำกก การพัฒนาพื้นที่สาธารณะและการอำนวยความสะดวกบริเวณหน้าจุดข้ามแดนถาวร การพัฒนาพื้นที่สาธารณะและพื้นที่เปิดโล่งหน้าพระธาตุดอยเวาและจุดชมวิวถ้ำผาจม การพัฒนาจุดพักค้างและพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณสายลมจอยและชุมชนจีนยูนนาน และลานจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมบริเวณถนนทางเข้าสนามกีฬาประจำอำเภอ โดยภาษาที่ใช้ในการออกแบบทั้งหมดได้รับแรงบันดาลใจมาจากความแตกต่างของเครื่องนุ่งห่มและลวดลายทางวัฒนธรรมของกลุ่ม 10 ชาติพันธุ์

ส่วนในกรณีเมืองเชียงของนั้น แม้ว่ามีสถานะเป็นที่ตั้งของจุดผ่านแดนถาวรเหมือนเมืองแม่สาย และมีลักษณะที่เป็นจุดผ่านแดนเป็นสะพานเพิ่มเติมจากจุดผ่านแดนเดิมที่มีอยู่เหมือนกัน แต่เนื่องจากพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างเมืองเชียงของฝั่งประเทศไทยและเมืองท่าทรายในฝั่งประเทศลาวคือแม่น้ำโขง ซึ่งกว้างกว่าแม่น้ำกกที่กั้นระหว่างแม่สายและท่าขี้เหล็กอยู่มาก ทำให้การข้ามแดนระหว่างประเทศโดยรถยนต์ และต้องใช้หนังสือเดินทาง โดยที่จุดข้ามแดนบริเวณเมืองเชียงของได้ย้ายไปยังที่ตั้งของสะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 แทน ผลกระทบที่เกิดขึ้นจึงแตกต่างระหว่างการมีสะพานแห่งที่ 2 และการเป็นจุดข้ามแดนไปอีกประเทศ

นอกจากนี้ รูปแบบทางการเมืองและเศรษฐกิจของทั้งสองพื้นที่ก็แตกต่างกัน กล่าวคือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างอำเภอท่าขี้เหล็กและแม่สายยังคึกคักอยู่มาก เนื่องจากการพัฒนาในรัฐฉานที่มีขนาดเท่าประเทศกัมพูชาและประชากรเท่ากับประเทศลาวมีการขยายตัวอยู่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งจุดข้ามแดนที่เป็นเส้นทางของรถสินค้าไม่ได้อยู่ห่างเมืองเดิมออกไปมาก ทำให้เศรษฐกิจของเมืองแม่สายเดิมยังไม่ได้รับอิทธิพลจากการมีจุดข้ามแดน 2 จุด ต่างจากกรณีของเชียงของ ซึ่งแต่เดิมการขนสินค้าข้ามไปยังฝั่งลาวต้องใช้ท่าเรือที่ตั้งอยู่ในเมืองเชียงของ แต่ในปัจจุบันได้ย้ายไปข้าม ณ จุดผ่านแดนทางบกผ่านสะพานที่ห่างเมืองออกไป ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเดิมที่มีอยู่เงียบเหงาลงไปอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม ความสะดวกของการข้ามแดนทางบกสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวขับรถยนต์มาด้วยตนเองจากตอนใต้ของประเทศจีน ทั้งที่เป็นกลุ่มคาราวานและมาเป็นครอบครัว โดยขับรถลงมาเที่ยวภาคเหนือของประเทศไทยผ่านเส้นทางในประเทศลาวที่มีความสะดวกและปลอดภัยกว่าการผ่านรัฐฉานในประเทศพม่า ทำให้ช่วงเวลาหนึ่งไม่กี่ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของเมืองเชียงของที่อิงกับการท่องเที่ยวกลับมาคึกคักขึ้น บวกกับการเก็งกำไรจากการพัฒนาที่ดินจากการสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 ทำให้เกิดการลงทุนด้านโรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ แต่กระแสความนิยมของคาราวานนักท่องเที่ยวจากจีนตอนใต้ได้ชะลอตัวลงเนื่องมาจากนโยบายของรัฐบาลไทยที่คำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองเชียงของ เมืองเชียงของเอง แม้เป็นจุดข้ามแดนที่สำคัญมานาน แต่ขนาดและสาธารณูปโภคที่มีมาแต่เดิมไม่ได้ตระเตรียมไว้ให้รองรับกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้รัฐบาลไทยออกมาตรการควบคุมการเข้ามาของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการขับรถในประเทศไทยต้องรับการอบรมหรือมีใบอนุญาตอย่างถูกต้อง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ลดลงอย่างรวดเร็ว

แม้ว่าเมืองเชียงของตั้งอยู่ในภูมิภาคของการท่องเที่ยวสำคัญที่มีเชียงใหม่และเชียงรายเป็นศูนย์กลาง และเป็นเมืองริมแม่น้ำโขงที่มีเสน่ห์ทางศิลปวัฒนธรรม ในฐานะเมืองเก่าที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาสืบเนื่องและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ล้านนา แต่มรดกเชิงประวัติศาสตร์นี้กลับถูกบดบังไม่ได้ถูกหยิบยกมาขับเน้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ขึ้นมาถึงเชียงของจากฝั่งไทย ส่วนหนึ่งคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มุ่งเดินทางไปเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว ที่รับรู้ทั่วไปว่าเป็นมรดกโลก โดยผ่านเส้นทางตามแนวแม่น้ำโขงที่

จำเป็นต้องเดินทางด้วยเรือที่ต้องผ่านกระบวนการทางศุลกากรและการตรวจคนเข้าเมืองจากฝั่งลาว ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มตัดสินใจพักค้างที่เมืองเชียงของเพื่อรอการข้ามแดน ทั้งนี้ สัณฐานของเมืองเชียงของใกล้เคียงกับหลวงพระบางมาก เนื่องจากเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ริมตลิ่งสูงริมแม่น้ำโขง เรียงรายไปด้วยวัดสำคัญและชุมชนริมน้ำไปตลอดแนวที่ตั้งของเมือง ทั้งในเขตและนอกเขตกำแพงเมืองเดิมไม่ต่ำกว่า 4 วัด ภาพลักษณ์ดังกล่าวยังไม่ได้รับการกล่าวถึง แม้ว่าการเดินทางมาเมืองเชียงของจากอำเภอเมืองเชียงราย ไม่ได้ยากเย็นไปกล่าวการเดินทางไปเชียงคานจากอำเภอเมืองเลย เพียงแต่เมืองเชียงของไม่ได้อยู่บนเส้นทางของการท่องเที่ยวหลักของคนทั่วไป ซึ่งนึกถึงเชียงรายในฐานะเมืองแห่งศิลปวัฒนธรรม ขุนเขา ชา และสามเหลี่ยมทองคำ

เมื่อประเมินศักยภาพของเมืองเชียงของในด้านการท่องเที่ยว ทั้งในเชิงภูมิสัณฐาน ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ ถือว่าเชียงของมีศักยภาพมาก ภาพอนาคตของการท่องเที่ยวของเมืองเชียงของที่แม้จะมีบริบทใกล้เคียงกับเมืองแม่สาย แต่มีรายละเอียดสำคัญต่างกันออกไป ดังนี้

1) การค้าชายแดนที่ต้องพึงการค้ากับจีนใต้มากกว่าลาว และขึ้นอยู่กับการเติบโตหรือรูปแบบของระเบียบทางศุลกากรที่เกิดขึ้นบริเวณสะพานมิตรภาพ แต่ภาพดังกล่าวจะทำให้เศรษฐกิจการค้าในเมืองเชียงของเดิมซบเซา
2) การผจญภัยไร้พรมแดนที่เน้นการพักอาศัยอยู่ในบริเวณพรมแดน หรือเป็นจุดเปลี่ยนและพักรอการเดินทางในภูมิประเทศและภูมิวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์ ทำให้เมืองเชียงของจะเป็นได้ทั้งจุดหมายปลายทางหรือจุดหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้
3) การกลับมาเป็นประตูสู่ไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน หลังจากรัฐบาลไทยออกมาตรการผ่อนปรน หรืออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจีนได้มากขึ้นโดยไม่ลดทอนความปลอดภัยลง ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเมืองเชียงของต้องคึกคักขึ้น

ในด้านการพัฒนาแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับภาพอนาคตที่น่าจะเกิดขึ้นได้นั้น เชียงของมีความท้าทายเดียวกับเมืองแม่สาย คือต้องปรับแบรนด์ใหม่ (rebrand) โดยเน้นที่การผจญภัยไร้พรมแดนและการเป็นประตูสู่ไทย อย่างไรก็ตาม เชียงของมีเสน่ห์ทางภูมิสัณฐาน วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ประกอบกับการท่องเที่ยวจะกลายเป็นเศรษฐกิจหลัก การพัฒนาแบรนด์เมืองท่องเที่ยวของเมืองเชียงของจำเป็นต้องขับเน้นให้ชาวเชียงของและนักลงทุนตระหนักรู้ถึงเสน่ห์และเตรียมตัวเป็นเจ้าบ้านที่ดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ โดยไม่สูญเสียมรดกทางภูมิวัฒนธรรมที่ดีไป

จากการรวบรวมแนวคิดของการสร้างแบรนด์เมืองจากการทบทวนวรรณกรรมและการประชุมกลุ่มย่อย ทำให้เห็นชัดว่าภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวของเมืองเชียงของตามแนวคิดเมืองท่องเที่ยวข้ามพรมแดนวัฒนธรรมนั้นมีตัวตนสำคัญ (brand DNA) อยู่ 6 ประเด็น

1) จุดหมายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ และจุดแวะพักขบวนคาราวานจากจีนตอนใต้
2) จุดแวะพักของนักท่องเที่ยวตะวันตกที่จะเดินทางสู่หลวงพระบางเมืองมรดกโลกทางเรือ
3) ผ้าทอลายน้ำไหล กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเทิงและไทลื้อ
4) วิถีริมแม่น้ำโขง จกไก ล่าปลาบึก
5) 3 วัดสำคัญริมน้ำโขง
6) เส้นทางเดินและทางจักรยานริมน้ำโขง

ภาพลักษณ์และตัวตนสำคัญของเมืองเชียงของดังกล่าว สามารถจัดกลุ่มและสรุปมาเป็นจุดยืนของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวของเมืองเชียงของได้ 3 กลุ่มแนวคิดคือ มิตรภาพหลากวัฒนธรรมริมน้ำโขง โดยเลือกใช้คำว่า "แอ่วเชียงของ ป๊ะริมโขง" เป็นการสื่อสารแบรนด์เมืองที่สำคัญ เพื่อมุ่งเน้นการสื่อสารเมืองท่องเที่ยวใน 3 กรณี คือ การอนุรักษ์และขับเน้นภาพมรดกวัฒนธรรมของเมืองริมฝั่งโขง การสร้างพื้นที่กิจกรรมและเสน่ห์ของการพักค้างทั้งในระยะสั้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มแวะพักเพื่อเดินทางต่อทั้งที่เป็นคาราวานและนักเดินทาง และการสร้างความน่าอยู่ให้กับชุมชนเมืองในฐานะเมืองที่เป็นจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวที่ต้องพักในระยะยาว

โครงการออกแบบและพัฒนาเมืองที่นำเสนอในงานนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ แม้ว่าที่ผ่านมาหลายหน่วยงานได้พยายามดำเนินการพัฒนาพื้นที่ริมน้ำอยู่แล้ว แต่ยังขาดการขับเน้นเส้นทางการเข้าถึงพื้นที่ริมน้ำและการเชื่อมโยงทางสายตาจากริมแม่น้ำโขงไปสู่วัดต่าง ๆ ในเขตพื้นที่เมืองเก่าที่อยู่ริมน้ำ ซึ่งถือว่าเป็นเสน่ห์สำคัญของเมืองไม่ว่าจะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใด แนวคิดการออกแบบจึงแบ่งเขตของการใช้ประโยชน์ที่ดินออกเป็นช่วง ๆ ตามสถานที่และวัดสำคัญ นอกจากนี้ ยังเสนอแนะให้สร้างพื้นที่กิจกรรมและสร้างแนวกันชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่อาจจะมาเป็นกลุ่มใหญ่หรือในช่วงฤดูกาลเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับชาวเมือง โดยแสดงตัวอย่างการออกแบบรายละเอียดของแต่ละพื้นที่ตามแบบอัตลักษณ์ที่มาจากระบบวัฒนธรรมและระบบนิเวศที่ชาวเมืองภาคภูมิใจ

หน้านี้จงใจปล่อยว่างไว้

บทที่ 7 กรณีศึกษาพัทลุง

หนึ่งในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับประเทศที่สำคัญในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองระดับรอง หนึ่งในพื้นที่เป้าหมายคือจังหวัดพัทลุง พัทลุงเป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิสัณฐาน และระบบนิเวศที่มีลักษณะเฉพาะตัว แต่ที่ผ่านมาไม่ได้รับการกล่าวถึงมากในฐานะพื้นที่ที่มีเสน่ห์ดึงดูดด้านการท่องเที่ยวในระดับประเทศ อีกนัยหนึ่งคือ ผู้คนทั่วไป รวมถึงคนใต้ด้วยกันเอง มักรับรู้ถึงเมืองพัทลุงในฐานะเมืองทางผ่านระหว่างศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ศูนย์กลางการปกครอง และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดตรัง จังหวัดสงขลา หรือจังหวัดนครศรีธรรมราช เหตุที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะพื้นที่ของจังหวัดพัทลุงเอง ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มและผืนน้ำขนาดใหญ่ กิจกรรมที่สำคัญจึงเป็นกิจกรรมขนาดใหญ่ ประชากรส่วนใหญ่อยู่ในภาคการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ จึงไม่มีความจำเป็นต้องรวมตัวกันเป็นเมืองใหญ่ และไม่มีความจำเป็นและความต้องการรวมตัวกันเพื่อผลักดันงานภาคบริการหรืออุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่เมืองในจังหวัดพัทลุงทำหน้าที่บริการด้านการแลกเปลี่ยนซื้อขาย การเงิน การธนาคาร ฯลฯ จึงมีขนาดเล็กตามเท่าที่พอใช้สนับสนุนกิจกรรมทางการเกษตร การศึกษา และการปกครองในพื้นที่เท่านั้น เมืองพัทลุงจึงมีสภาพเหมือนกับเมืองขนาดเล็กที่กระจายตัวกันอยู่ทั่วประเทศไทย เมืองขนาดเล็กเหล่านี้กำลังประสบปัญหาของการหดตัวทางเศรษฐกิจและประชากร เมื่อประเทศพยายามผลักดันการโตในภาคอุตสาหกรรมและการบริการ และผู้คนหลั่งไหลเข้าไปอยู่ในเมืองใหญ่มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิสัณฐาน และนิเวศวิทยาที่มีอยู่ทั่วทั้งจังหวัด จะเห็นได้ว่า จังหวัดพัทลุงมีสถานที่ท่องเที่ยวระดับภูมิภาคที่กระจายตัวอยู่มากมาย การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการทัศนาจรในภูมิภาค ส่วนการพักค้างก็มีตลาดของการอบรมสัมมนาของหน่วยงานอยู่บ้าง เนื่องจากทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่นทะเลน้อยและชุมชนรอบทะเลสาบสงขลา เป็นสถานที่ดึงดูดให้คนเข้ามาเยี่ยมชม ในทางกลับกัน การรับรู้เมืองพัทลุงในฐานะจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลออกไปในภูมิภาคอื่นมีอยู่อย่างจำกัด ต้องเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มาทำกิจกรรมที่ทะเลน้อยเป็นหลัก แม้แต่ทะเลน้อยเอง ก็มีความเข้าใจและรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของทะเลสาบสงขลาหรือจังหวัดสงขลา แทนที่จะเป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดพัทลุง

กรณีศึกษาการออกแบบเมืองพัทลุงให้เป็นเมืองท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงมีโจทย์สำคัญคือ การพัฒนาภาพลักษณ์ของพัทลุงจากเดิมเป็นเมืองศูนย์กลางของพื้นที่เกษตรกรรมและเป็นทางผ่าน ให้กลายมาเป็นแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่ต้องเชื้อเชิญให้ลองแวะพักค้างคืน รวมถึงการขับเน้นเอาเสน่ห์ทางวัฒนธรรมอื่นขึ้นขึ้นมาจนเปรียบเสมือนเป็นการสร้างแบรนด์เมืองขึ้นมาใหม่จากเดิมที่ไม่เคยมีอยู่ รวมถึงการวางกลยุทธ์การออกแบบเพื่อให้องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่เมืองสอดคล้องกลมกลืนกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่มีอยู่แล้ว ดังนั้น จากกรอบ

แนวคิดของการศึกษาดังกล่าว การเสนอแนวทางการออกแบบเมืองท่องเที่ยวพัทลุงเป็นกรณีศึกษาในบทนี้มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว จากระดับภาพรวมของในท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่โดยรอบ พฤติกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว และรูปแบบของการใช้จ่าย
2) การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดพัทลุง ตั้งแต่เรื่องกรณีสัณฐาน และการตั้งถิ่นฐาน การใช้ประโยชน์ที่ดิน กฎหมาย และการควบคุมทางผังเมืองในปัจจุบัน การคมนาคม และประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานที่สำคัญจนมาถึงปัจจุบัน
3) การวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบเมืองท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และแบรนด์การท่องเที่ยวเมืองพัทลุงที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองในปัจจุบัน การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการสร้างให้เมืองพัทลุงเป็นเมืองท่องเที่ยว ตามทรัพยากรและอัตลักษณ์ที่มีอยู่ และประเด็นยุทธศาสตร์และภาพอนาคตที่สำคัญ
4) ข้อเสนอการออกแบบและพัฒนาเมืองพัทลุงเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการสร้างแบรนด์เมืองท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ การกำหนดแนวคิดการออกแบบเมืองตามแบรนด์ที่สร้างขึ้น การกำหนดพื้นที่ยุทธศาสตร์ การเสนอลำดับและแนวทางการออกแบบเมืองพัทลุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมาย

ทั้งนี้ แม้ว่าพื้นที่เป้าหมายอยู่ในเขตเมืองเป็นหลัก คืออำเภอเมืองพัทลุง แต่คณะผู้วิจัยก็ได้ศึกษาและสำรวจแหล่งและเส้นทางท่องเที่ยวข้างเคียง เพื่อวิเคราะห์ถึงบริบทและเงื่อนไขของการพัฒนาและออกแบบเมืองพัทลุงให้ตอบรับกับบริบทของการท่องเที่ยวในพื้นที่รอบข้าง

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง

จังหวัดพัทลุงเป็นจังหวัดขนาดเล็กของภาคใต้ทางฝั่งอ่าวไทย มีลักษณะเป็นเมืองทางผ่านที่นักท่องเที่ยวมักจะเลยไปพักที่จังหวัดสงขลา ตรัง และนครศรีธรรมราช โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไปพักค้างที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของจังหวัดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 98 โดยเดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดตรัง เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 2 (กรมการท่องเที่ยว, พ.ศ. 2561) นักท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดพัทลุงมากที่สุด ได้แก่ ชาวมาเลเซีย รองลงมา คือ ชาวสิงคโปร์ ชาวอินโดนีเซีย ชาวออสเตรีย และชาวอังกฤษ ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีอัตราการเติบโตพอสมควร ในขณะที่จำนวนวันพักเฉลี่ยมีอัตราการเติบโตน้อยลง สะท้อนว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุงมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวระยะสั้น ๆ หรือ one-day trip เป็นส่วนใหญ่

ในช่วง พ.ศ. 2559 - 2561 มีโรงแรมเพิ่มขึ้นในจังหวัดพัทลุงเพียง 3 แห่ง บางแห่งลงทุนประมาณ 100 ล้านบาท มีเพียง 8 ชั้น ส่วนที่พักประเภทรีสอร์ตและแมนชันยังมีไม่ถึง 1 หมื่นห้อง ทำให้จำนวนห้องพัก อัตราการเข้าพัก และจำนวนผู้เข้าพักค่อย ๆ ปรับตัวสูงขึ้น แต่ยังไม่สามารถทำให้จำนวนวันพักเฉลี่ยขยายตัวได้เท่าใดนัก ในแง่ของรายรับจากการท่องเที่ยว จังหวัดพัทลุงมีรายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2559 ประมาณ 2,921 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 13 ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 8.38 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งจังหวัด (กรมการท่องเที่ยว, พ.ศ. 2561) ทั้งนี้ ใน พ.ศ. 2561 ได้รับผลกระทบจากการที่จำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียลดลง อันเนื่องมาจากค่าเงินริงกิตของมาเลเซียอ่อนค่าลง อีกทั้งพื้นที่หาดใหญ่ จังหวัดสงขลายังมีการลงทุนในธุรกิจโรงแรมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากพื้นที่อื่น ๆ มากยิ่งขึ้น (โพสต์ทูเดย์, 17 มีนาคม พ.ศ. 2561)

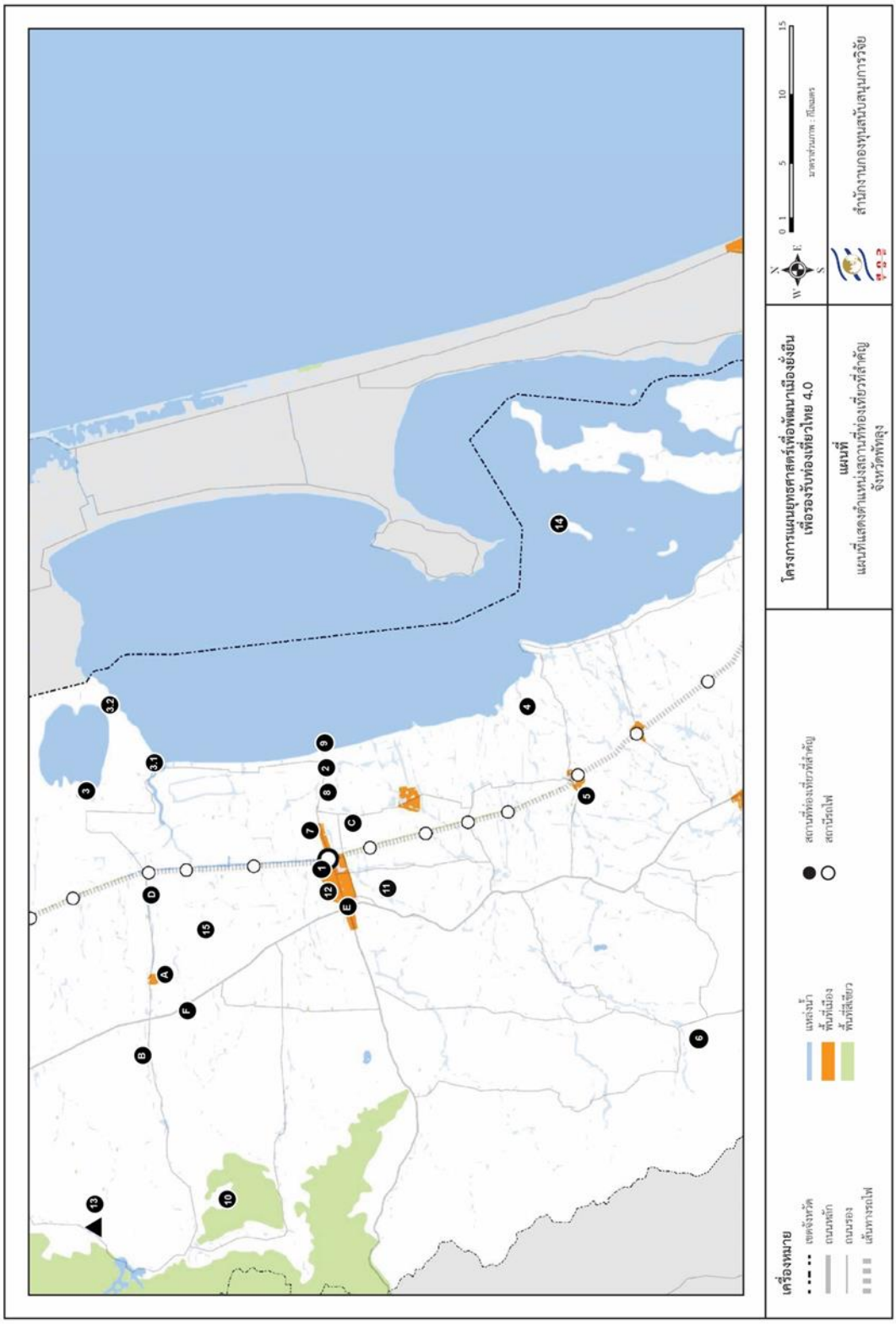
ปัจจุบัน จังหวัดพัทลุงเป็น 1 ใน 12 จังหวัดต้องห้ามพลาดพลัสและเป็น 1 ใน 55 จังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ วัดถ้ำคูหาสวรรค์ วังเจ้าเมืองพัทลุง ทะเลน้อย (พื้นที่ชุ่มน้ำอันดับที่ 11 ของโลก) พระมหาธาตุเจดีย์บางแก้ว วัดเขียนบางแก้ว บ่อน้ำร้อนธารน้ำเย็น เขาชัยสน น้ำตกไพรวัลย์ ภูเขาอกทะลุ หาดแสนสุขลำปำ อุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า และอยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช อย่างไรก็ตาม จังหวัดพัทลุงยังคงมีปัญหาในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟส่องสว่างชำรุด สภาพท้องถนนชำรุด บางแหล่งไม่มีกล้องวงจรปิด เป็นต้น รวมถึงมีข้อเรียกร้องจากภาคเอกชนในเรื่องการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนทางอากาศ โดยต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนโครงการก่อสร้างสนามบินแบบรันเวย์เดียวเพื่อรองรับเครื่องบินขนาด 70 ที่นั่งเช่นเดียวกับจังหวัดตรังและชุมพรที่เป็นจังหวัดเล็กและมีเศรษฐกิจขยายตัวมากกว่าจังหวัดพัทลุง แต่ข้อเรียกกว่าดังกล่าวนี้ยังไม่ประสบความสำเร็จ

สถานที่ท่องเที่ยงภายในจังหวัดพัทลุง

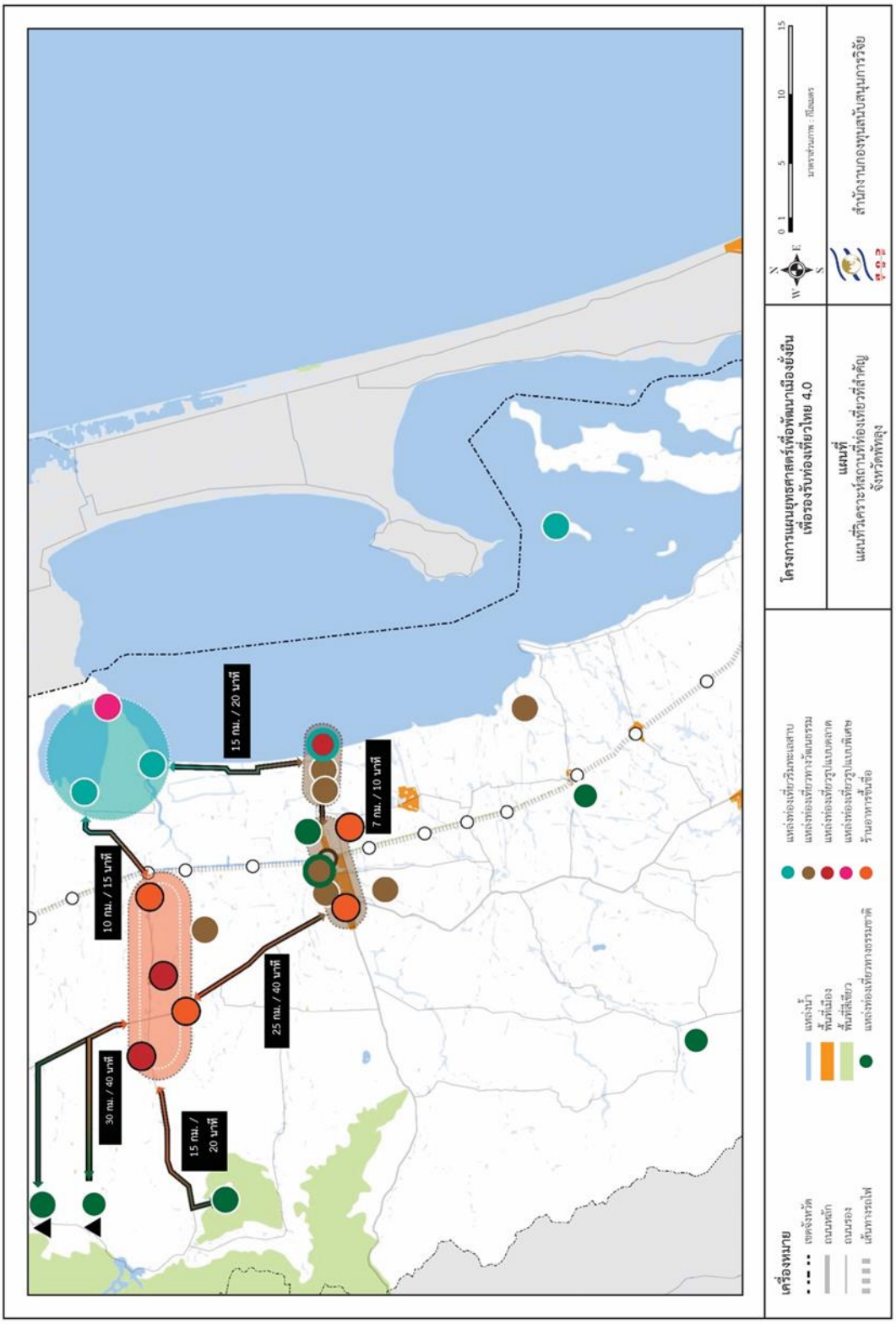
- วัดถ้ำคูหาสวรรค์
- วังเจ้าเมืองพัทลุง
- ทะเลน้อย 3.1 ปากประ 3.2 สะพานเอกชัย
- พระมหาธาตุเจดีย์บางแก้ว วัดเขียนบางแก้ว
- บ่อน้ำร้อนธารน้ำเย็น เขาชัยสน
- น้ำตกไพรวัลย์
- ภูเขาอกทะลุ
- วัดวัง
- หาดแสนสุขลำปำ
- อช.เขาปู่-เขาย่า
- ศาลหลักเมืองพัทลุง
- พระพุทธนิรโรคันตรายชัยวัฒน์จตุรทิศ
- ล่องแก่งหนานมดแดง
- หมู่เกาะสี่ เกาะห้า
- วนอุทยานเมืองเก่าชัยบุรี
- ป่าไผ่สร้างสุข
- ตลาดใต้โหนด
- ขนำ คอฟฟี่
- ร้านขนมหวานป้ากี้
- ขนมจีนนางลาด
- ร้านหลานตาชู สเต็กเฮาส์

โดยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุง สามารถแบ่งออกเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่

- ควนขนุน แหล่งท่องเที่ยวรูปแบบตลาด และร้านอาหารขึ้นชื่อ รองรับนักท่องเที่ยวโดยสามารถเชื่อมต่อกันได้ ภายในระยะ 5 กม. ระยะเวลา 10 นาที
- ทะเลน้อย – ปากประ แหล่งท่องเที่ยวริมทะเลสาบและ ที่พักรูปแบบบังกะโล และรีสอร์ตโดยสามารถเชื่อมต่อกันได้ภายในระยะ 10 กม. ระยะเวลา 15 นาที
- เมืองพัทลุง และลำปำ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูเขา โดยมีบทบาทหลักในการรองรับคนในพื้นที่โดยสามารถเชื่อมต่อกันได้ภายในระยะ 2 กม. ระยะเวลา 5 นาที



แผนที่ที่ 7-1 แสดงที่ตั้งจุดที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดพัทลุง



แผนภาพที่ 7-2 วิเคราะห์สถานที่ท่องเที่ยงภายในจังหวัดพัทลุง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการทัศนาจรของนักท่องเที่ยวที่มาพัทลุง

จากการสำรวจผู้เยี่ยมเยือนใน พ.ศ. 2557 จำนวน 1,982 ตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 1,848 ตัวอย่าง และผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ 134 ตัวอย่าง สรุปผลการสำรวจได้ดังนี้[78]

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเป็นเพศชายในสัดส่วนมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 56.5 ต่อ 43.5) มีอายุ 35-44 ปีในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 36.5) ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 20.6) มีรายได้ 15,001-30,000 บาท/เดือนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 30.3) และมาจากภาคใต้ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 71.6) ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 60.4) โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพัทลุง 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว มีความปลอดภัย และอาหารอร่อย โดยผู้เยี่ยมเยือนร้อยละ 5.4 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.9) มาเที่ยวจังหวัดพัทลุงเป็นครั้งแรก และการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวจังหวัดเดียว (ร้อยละ 97.0) เกือบทั้งหมดจัดการเดินทางเอง (ร้อยละ 99.1) โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 69.3) มีผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 51.8) ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 85.2) และพักในบังกะโล/รีสอร์ตในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 63.6) มีวันพักเฉลี่ยรวม 2.01 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,327.84 บาท/คน/วัน

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ

ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเป็นเพศหญิงในสัดส่วนมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 59.7 ต่อ 40.3) มีอายุ 35-44 ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.8) ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน ภาคเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 34.3) มีรายได้20,000-39,999 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 31.3) และมาจากทวีปเอเชียในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 64.9) ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 91.8) โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพัทลุง 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว มีความปลอดภัย และเวลาในการเดินทาง โดยผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซื้อแพ็คเก็จทัวร์ จองที่พัก เป็นต้น

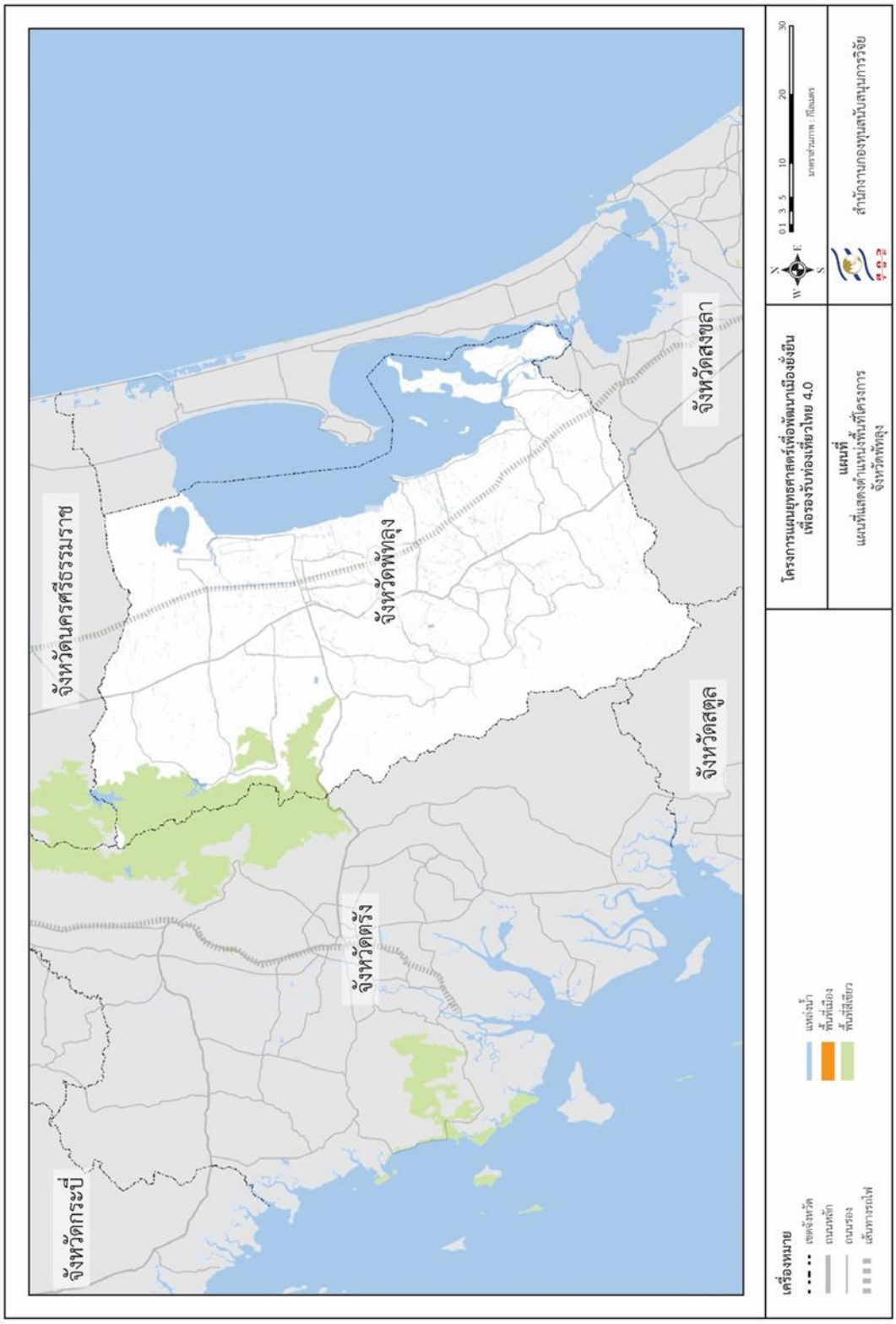
ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศทั้งหมด มาท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุงเป็นครั้งแรก และในการเดินทาง ท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวจังหวัดเดียว (ร้อยละ 75.4) ซึ่งจัดการเดินทางเองทั้งหมด โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัว

[78] กรมการท่องเที่ยว (2557)

ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 58.5) มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน ในสัดส่วน มากที่สุด (ร้อยละ 36.6) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 87.3) และพักใน โรงแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 74.2) มีวันพักเฉลี่ยรวม 2.11 วัน โดยนักท่องเที่ยว ที่จัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,762.08 บาท/คน/วัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นจะพักระยะเวลาสั้น ๆ ทำให้กล้าจ่ายค่าที่พัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมพักระยะเวลานาน ทำให้ค่าที่พักมีผลต่อการตัดสินใจเรื่องราคา

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดพัทลุง

จังหวัดในภาคใต้ตอนล่างของประเทศไทย ขนาดกว่า 3,424.5 ตารางกิโลเมตร ประชากรทั้งจังหวัดตามทะเบียนราษฎร์ใน พ.ศ. 2560 ประมาณ 524,857 คน เคยเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์เก่าแก่แห่งหนึ่ง และยังมีสภาพภูมิประเทศทั้งที่ราบ เนินเขา และชายฝั่ง โดยทางทิศตะวันตกของจังหวัด จะเป็นพื้นที่ที่ราบสูงและที่ราบเชิงเขา อันเนื่องมาจากมีพื้นที่ติดต่อกับเทือกเขานครศรีธรรมราช ถัดลงมาทางตอนกลางและทางทิศตะวันออกของจังหวัดจรดทะเลสาบสงขลาจะเป็นที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การทำการเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำนาข้าว ชาวภาคใต้จะเรียกจังหวัดนี้ว่า เมืองลุง

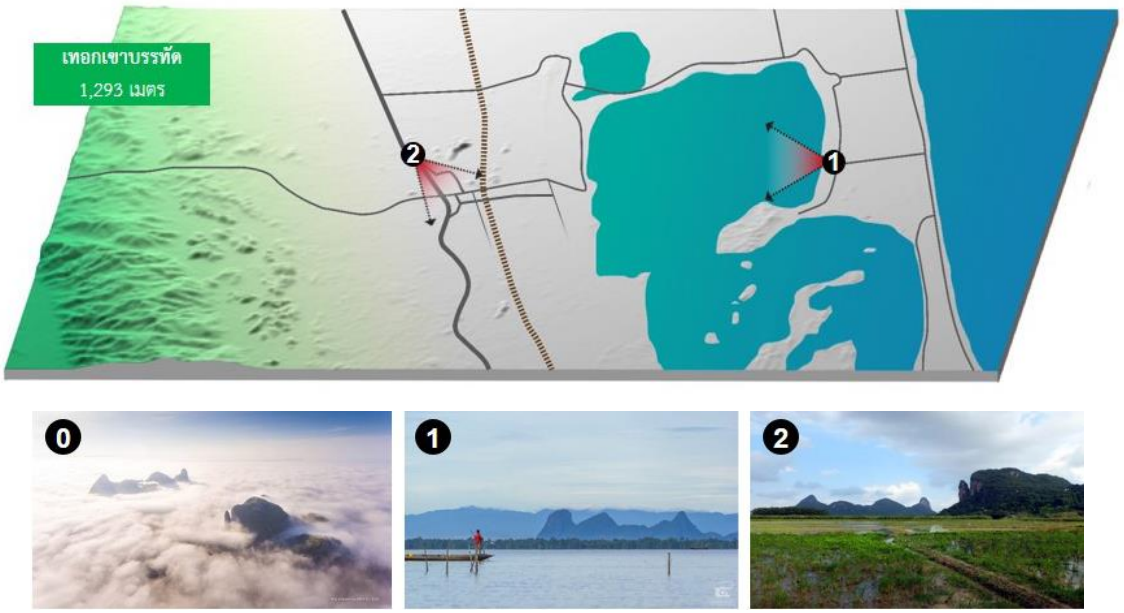


แผนภาพที่ 7-3 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ

ธรณีสัณฐานและการตั้งถิ่นฐาน

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดพัทลุงนั้นเป็นภูเขาและที่ราบสูง ทางด้านตะวันตกอันประกอบด้วย เทือกเขาบรรทัด มีระดับสูงจาก น้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 50 - 1,000 เมตร ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ เช่น สวนยางพารา สวนไม้ผลและไม้ยืนต้น ถัดลงมาทางด้านตะวันออกเป็นที่ราบสลับที่ดอน มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 0 - 15 เมตร บริเวณนี้ ส่วนใหญ่ปลูกข้าว ยางพารา มะพร้าว พืชผัก และพืชไร่ชนิดต่าง ๆ โดยมีอัตราความลาดชัน 1 : 1,000 จากทิศ ตะวันตกมาสู่ทิศตะวันออกของจังหวัด โดยมีภูเขาผุดแทรกขึ้นมากลางที่ราบขนาดใหญ่เป็นช่วง ๆ เช่น เขาอกทะลุ เขาคูหาสวรรค์และอื่น ๆ ซึ่งภูเขาต่างล้วนมีความสัมพันธ์กับการก่อตั้งเมืองมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ และตำนานของเมืองพัทลุงมายาวนาน โดยภูเขาตามตำนานของเมืองพัทลุงนั้นมีทั้งหมด 3 ภูเขาได้แก่

- เขาชัยบุรี ความสูงอ้างอิงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 403 เมตร
- เขาอกทะลุ ความสูงอ้างอิงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 250 เมตร
- เขาหัวแตก ความสูงอ้างอิงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 180 เมตร



แผนภาพที่ 7-4 ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขาอกทะลุได้ดี

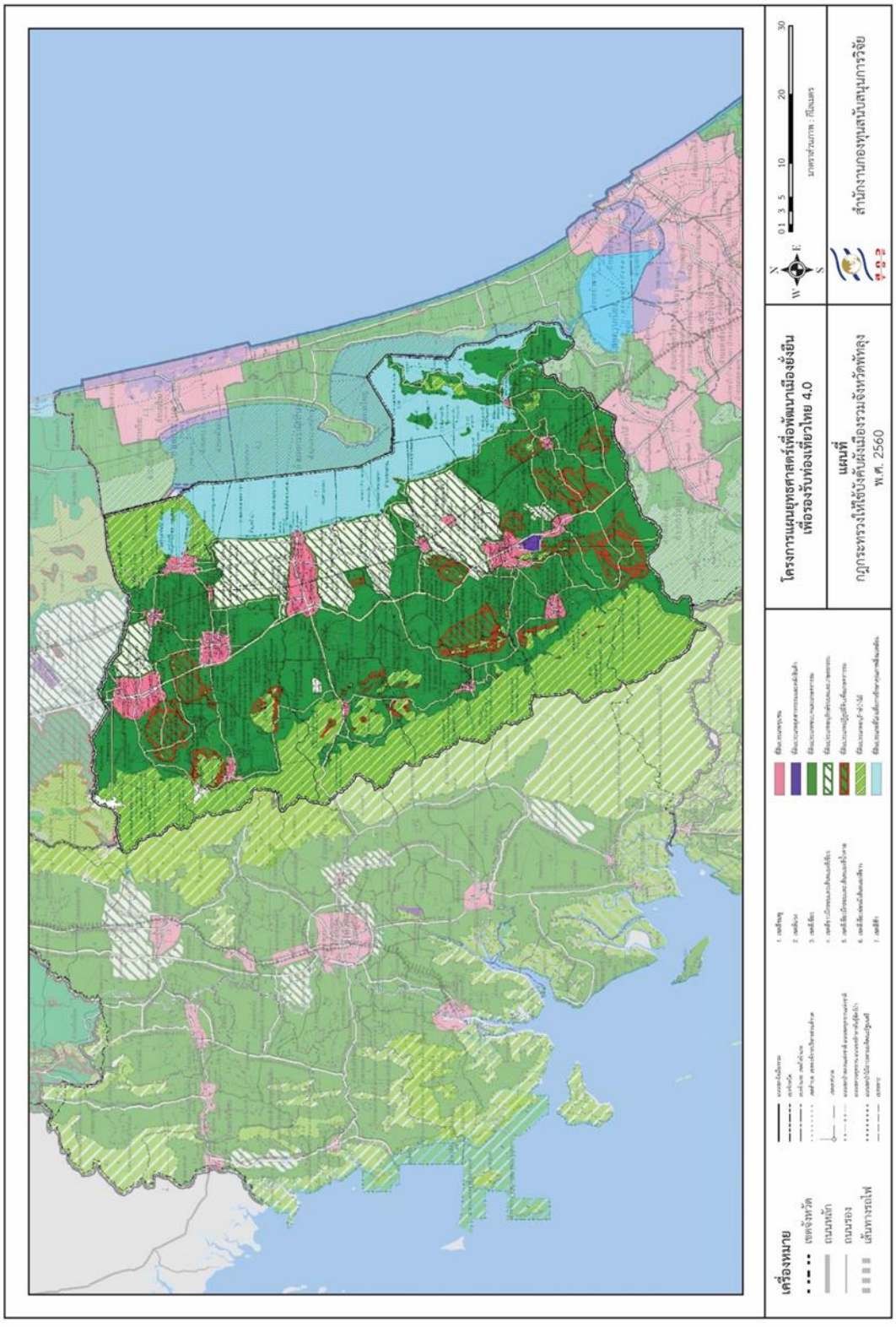


แผนภาพที่ 7-5 ตำแหน่งที่สามารถเห็นเขาอกทะลุได้ดี

กฎหมาย ข้อบัญญัติ และข้อบังคับสำคัญในการตั้งถิ่นฐาน

กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดพัทลุง พ.ศ. 2560

ผังเมืองรวมพัทลุง มีการกระจายตัวโดยสัมพันธ์กับภูเขา อันเป็นตำแหน่งเมืองในอดีต ที่มีการย้ายบ่อยครั้งจากการสู้รบ และอิทธิพลของโจรสลัด ทำให้เมืองพัทลุงในปัจจุบัน ถูกย้ายมาเมื่อ พ.ศ. 2467 และมีอายุเมืองไม่นานมากนัก โดยพื้นที่เมืองในจังหวัดพัทลุง อยู่ใกล้เคียงกับที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม และที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม

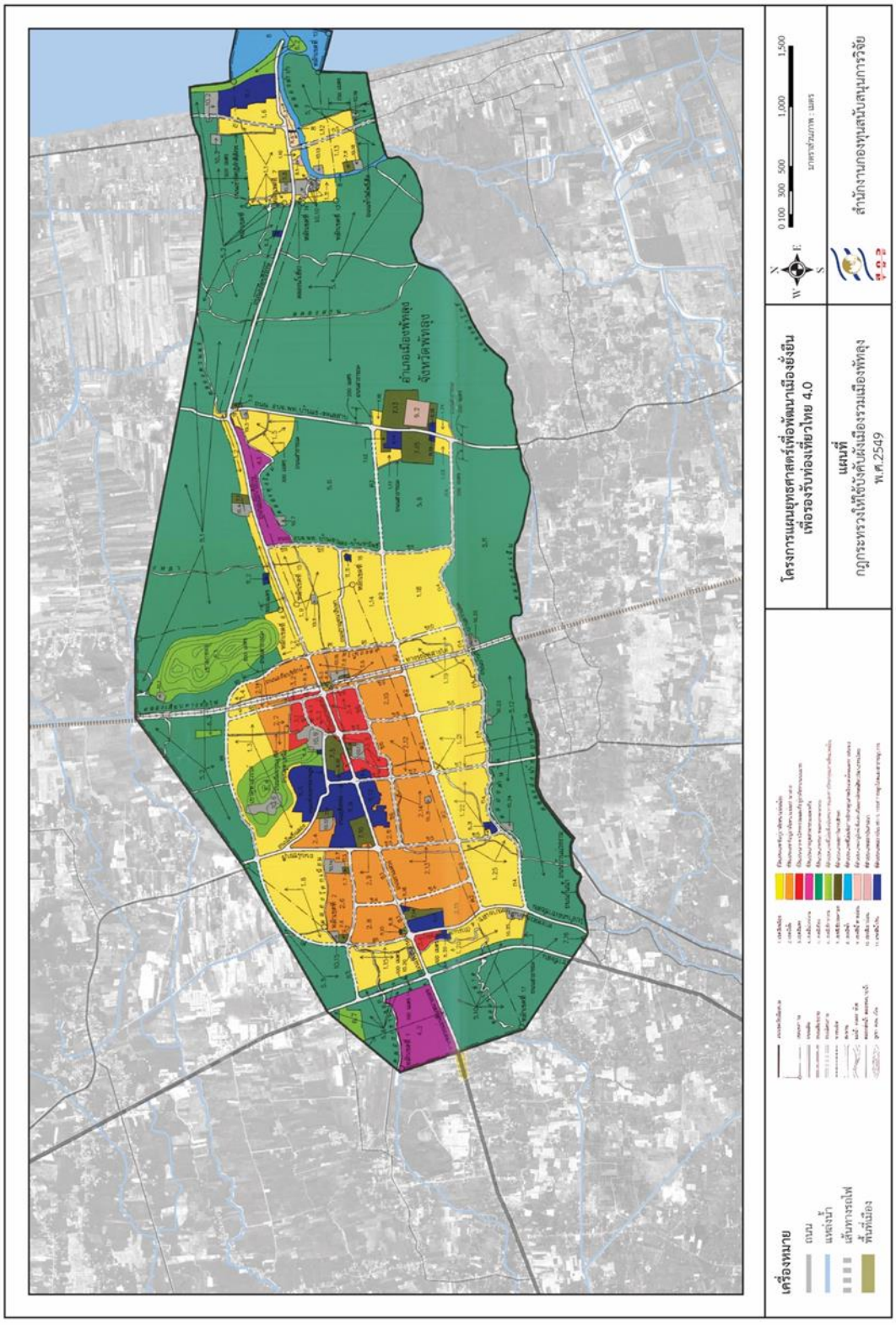


แผนภาพที่ 7-6 ผังเมืองรวมจังหวัดพัทลุง พ.ศ. 2560

กฎกระทรวง บังคับใช้ผังเมืองรวมเมืองพัทลุง พ.ศ. 2549

จากแผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินของเมืองพัทลุงแล้ว ได้มีการระบุให้พื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟเป็นพื้นที่พาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ตอบรับกับการเติบโตของเมืองในอดีต ที่เติบโตจากเส้นทางรถไฟ อีกทั้งขอบเขตของที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อยนั้น ไม่ได้จรดถึงถนนเพชรเกษม จึงเป็นสิ่งที่ทำให้เมืองมีการแยกตัวออกจากถนนเพชรเกษม ซึ่งเป็นเส้นทางหลักของเมือง อีกปัจจัยที่สำคัญคือ การมีพื้นที่ราชการขนาดใหญ่อยู่กลางพื้นที่เมืองพัทลุงนั้น ทำให้กิจกรรมของเมืองพัทลุงมีความขาดช่วงในการเดินเท้าท่องเที่ยวในเมือง

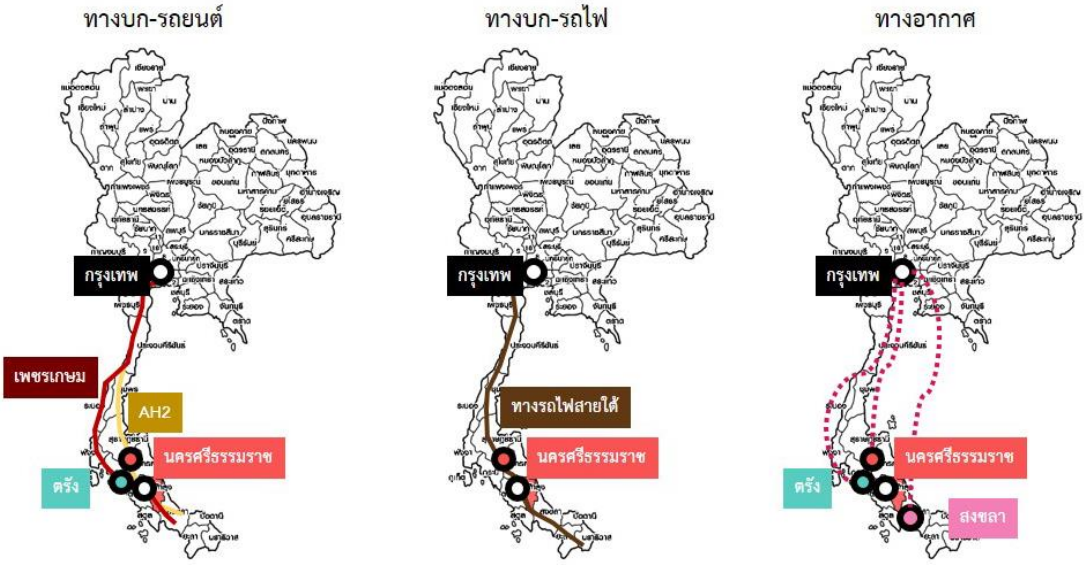
นอกจากนั้นการใช้ประโยชน์ที่ดินยังได้มีการกำหนดพื้นที่อุตสาหกรรมเฉพาะกิจ และที่ดินประเภทสถาบันการศึกษาแยกตัวออกจากเมืองพัทลุง ไปตามแนวถนนราเมศวร์และถนนมโนราห์ และมีการกำหนดที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อยบริเวณลำปำ โดยมีการถือครองที่ดินบริเวณริมทะเลสาบด้วยพื้นที่ราชการ



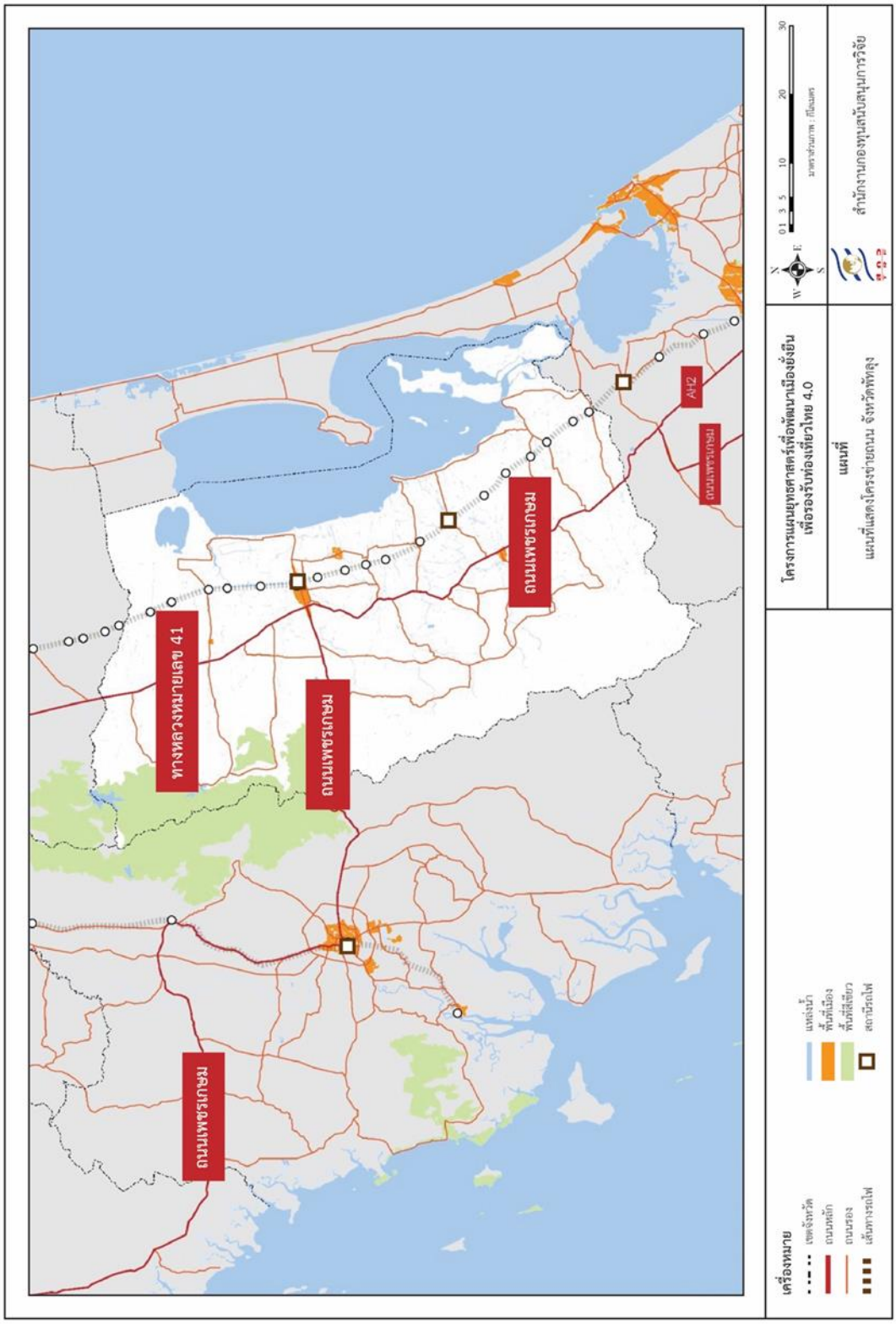
แผนภาพที่ 7-7 กฎกระทรวง บังคับใช้ผังเมืองรวมเมืองพัทลุง พ.ศ. 2549

การคมนาคมและการเดินทาง

การเข้าถึงตัวจังหวัดพัทลุงและเมืองพัทลุงในทางบกสามารถเดินทางได้ทั้งทางรถยนต์และรถไฟ โดยทางรถยนต์สามารถใช้เส้นทางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 หรือถนนสายเพชรเกษมที่วิ่งผ่านจากจังหวัดตรัง หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 41ที่วิ่งมาจากจังหวัดนครศรีธรรมราชหรืออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นหลัก ซึ่งทางเข้าอำเภอเมืองพัทลุงจะเป็นจุดตัดระหว่างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 และหมายเลข 41 พอดี โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ถือเป็นหนึ่งโครงข่ายทางหลวงอาเซียน ทำให้จังหวัดพัทลุงเป็นจังหวัดที่อยู่ในทางผ่านในการเดินทางระหว่างภาคใต้ตอนล่างกับตอนเหนือและฝั่งอันดามัน โดยระยะทางจากเมืองพัทลุงสู่เมืองข้างเคียงอย่างจังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลามีระยะทางเพียง 60 – 110 กิโลเมตร หรือใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 90 นาทีเท่านั้น ซึ่งทำให้จังหวัดพัทลุงในปัจจุบันมีสถานะเป็นเพียง “เมืองทางผ่าน”



แผนภาพที่ 7-8 การคมนาคมและการเดินทาง ระดับภูมิภาค

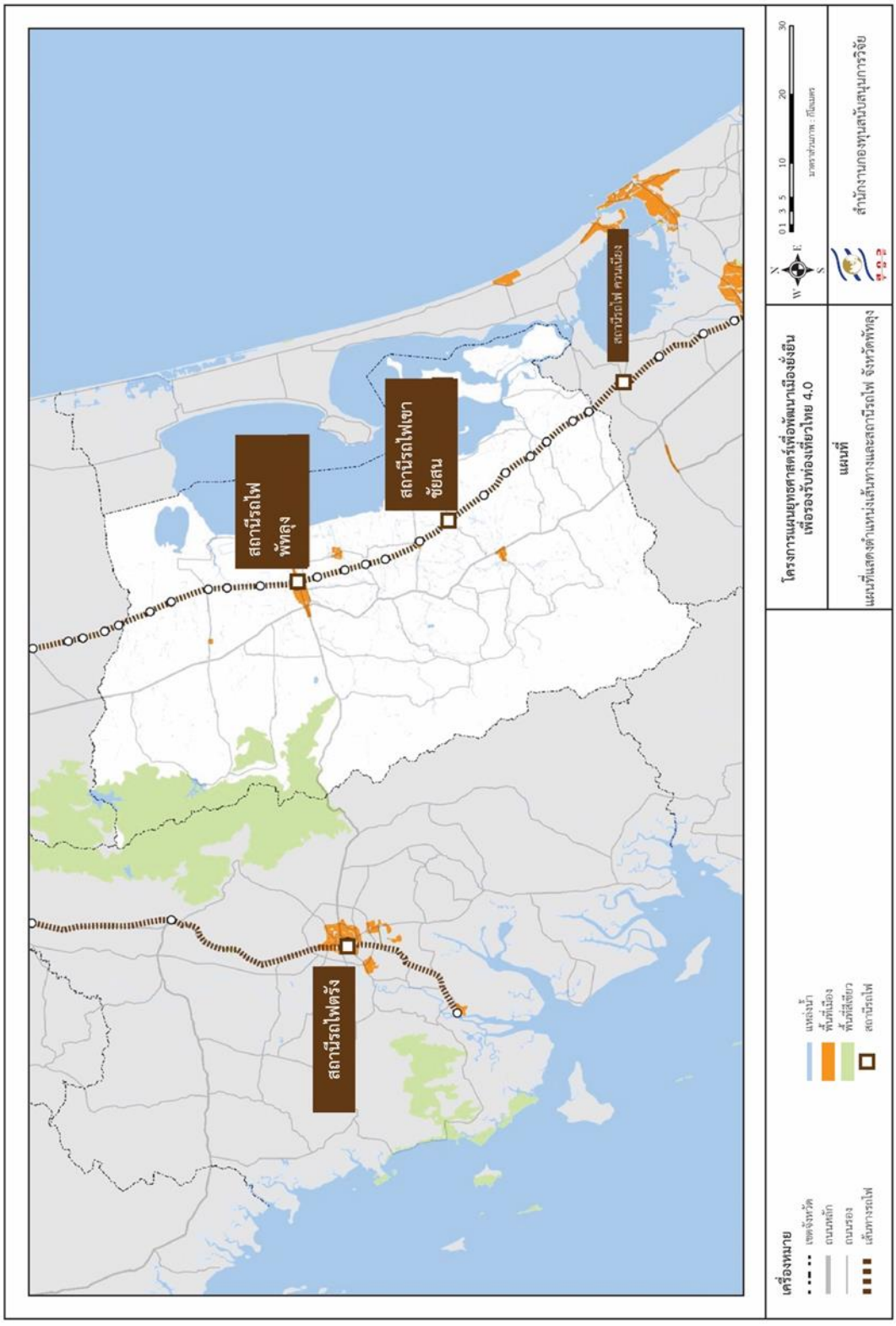


แผนที่ที่ 6-7 แสดงกลุ่มการจัดการ

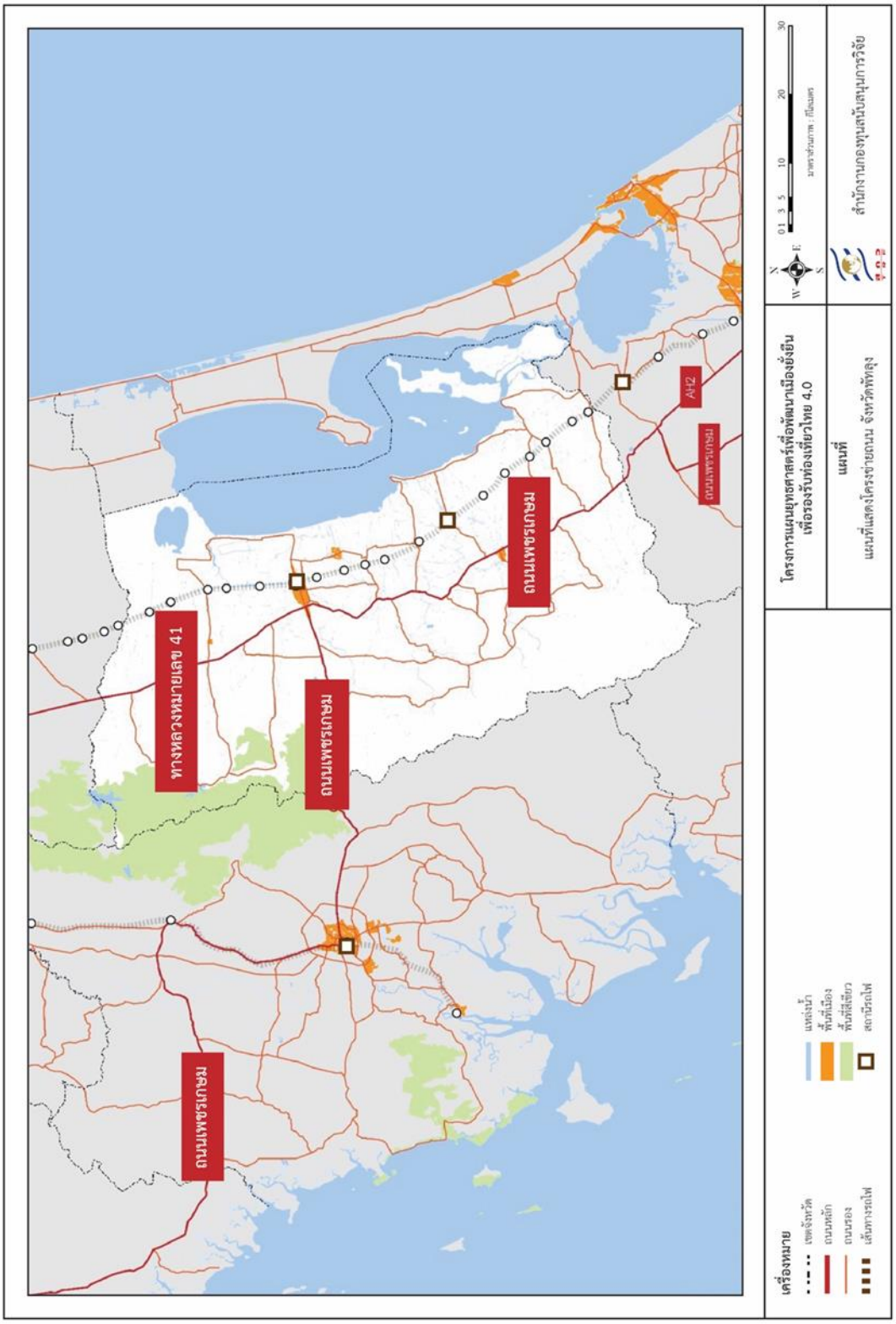
เส้นทางรถไฟถือเป็นเส้นทางสำคัญที่จะใช้เดินทางเข้าสู่เขตอำเภอเมืองพัทลุง เนื่องจากมีสถานีรถไฟตั้งอยู่ในเขตเทศบาล และทำให้ในอดีต รถไฟมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของเมือง และวิถีชีวิตของผู้คน อย่างไรก็ตาม หากจะนับระยะห่างจากศูนย์กลางของประเทศอย่างกรุงเทพมหานครฯ แล้วจังหวัดพัทลุงอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครฯ ด้วยการเดินทางทางบกกว่า 800 กิโลเมตร หรือ 10 ชั่วโมงโดยทางรถยนต์ และมากกว่า 14 ชั่วโมงโดยทางรถไฟ ทำให้ทางเลือกของการเดินทางสู่จังหวัดพัทลุงอีกทางคือ การโดยสารเครื่องบินมาลงที่ท่าอากาศยานที่อยู่โดยรอบ ไม่ว่าจะเป็นท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช และท่าอากาศยานตรัง แต่ด้วยความสะดวกในการเดินทางเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางแล้วเส้นทางที่นิยมคือ

- โดยสารเครื่องบินลงท่าอากาศยานหาดใหญ่ – ต่อรถไฟ หรือ รถทัวร์
- โดยสารเครื่องบินลงท่าอากาศยานตรัง – ต่อรถทัวร์
- โดยสารรถทัวร์จากกรุงเทพ ถึงพัทลุงโดยตรง

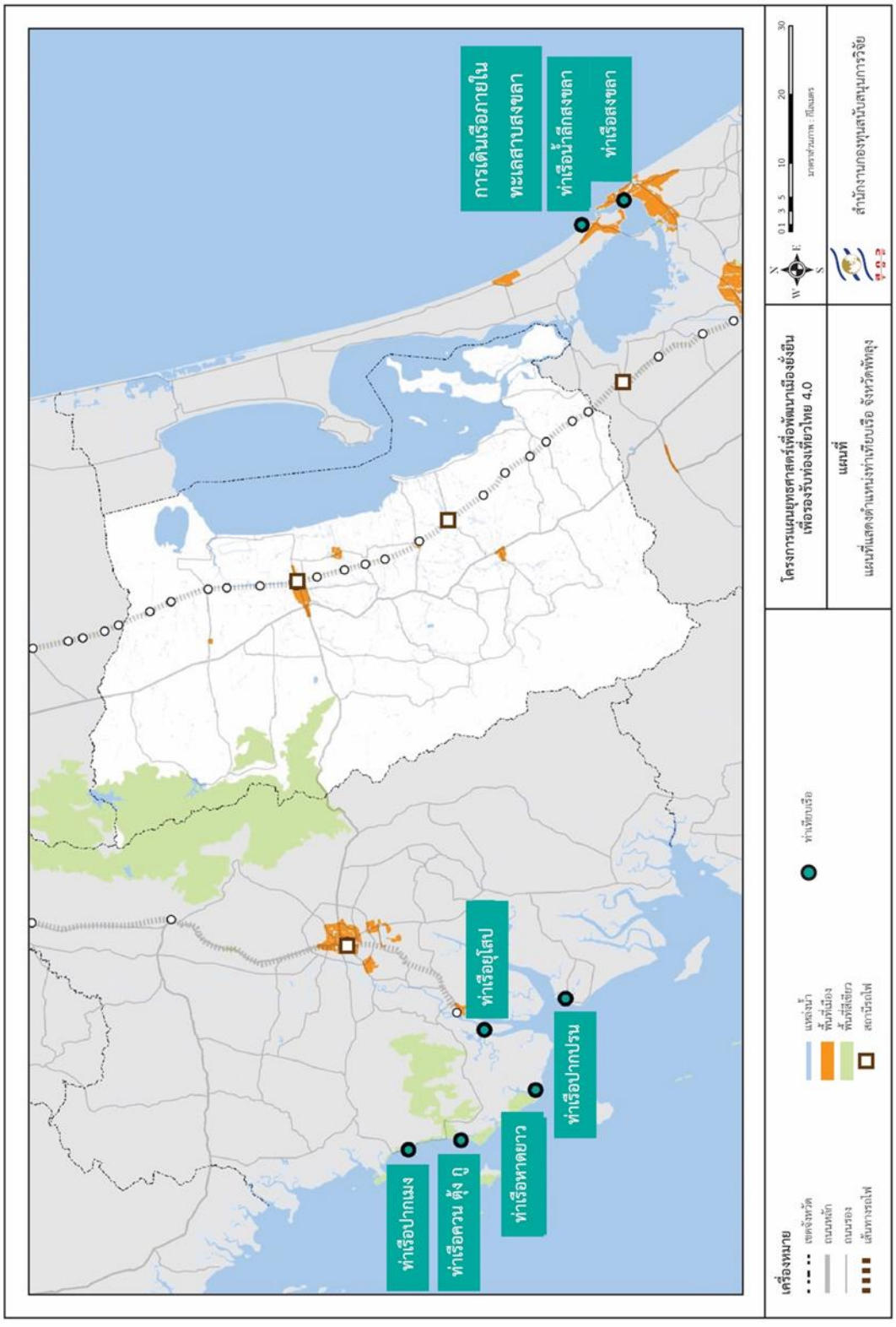
ภายในเขตเทศบาลพัทลุงขาดระบบขนส่งมวลชนที่จะอำนวยความสะดวก เชื่อมโยงสถานที่สำคัญต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จะมีก็เพียงรถประจำทางเพื่อเชื่อมโยงตัวเมืองกับอำเภอรอบนอกหรือรถรับจ้างอยู่บ้าง การเดินทางจึงจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก



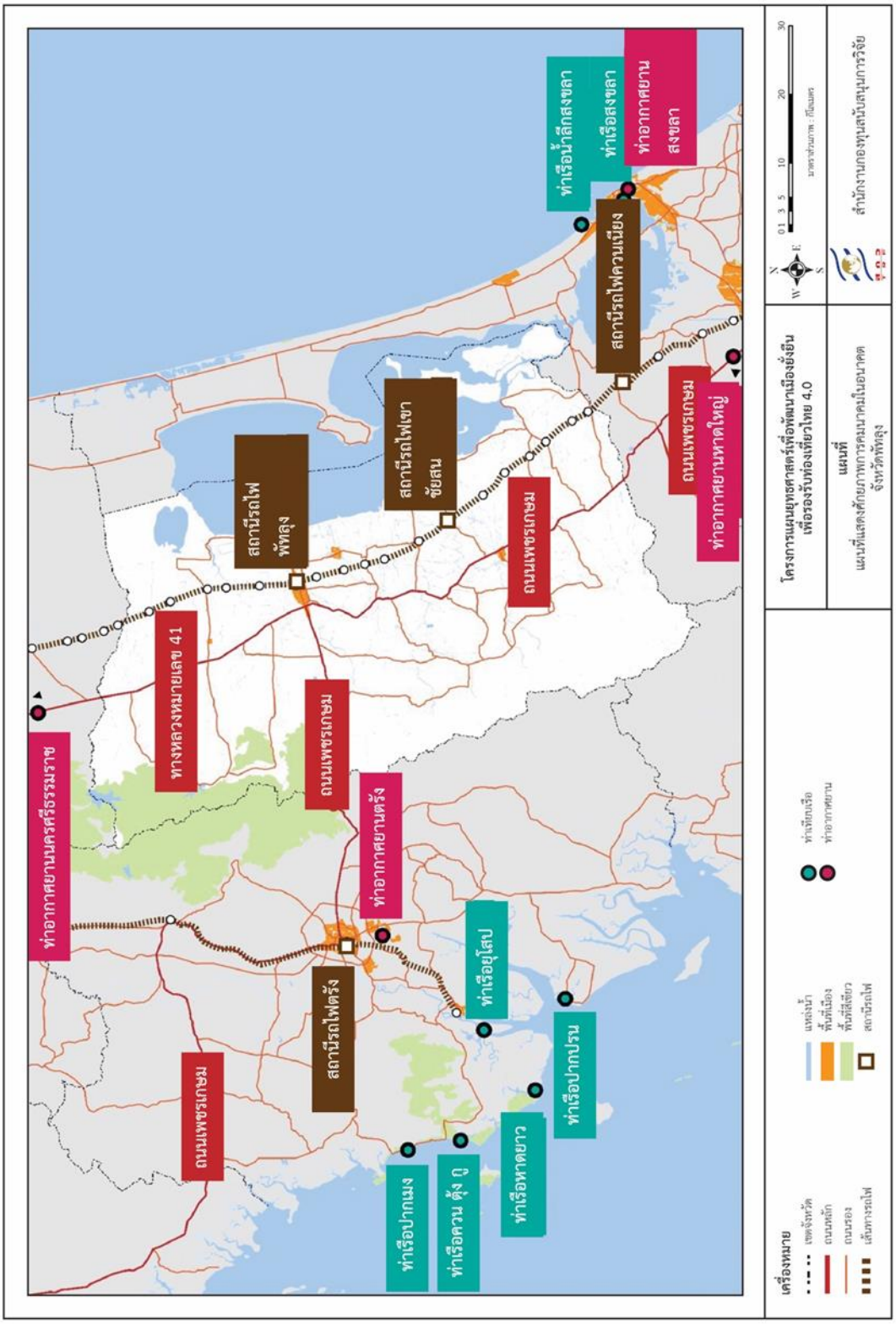
แผนภาพที่ 7-10 การคมนาคมทางบก - รถไฟ



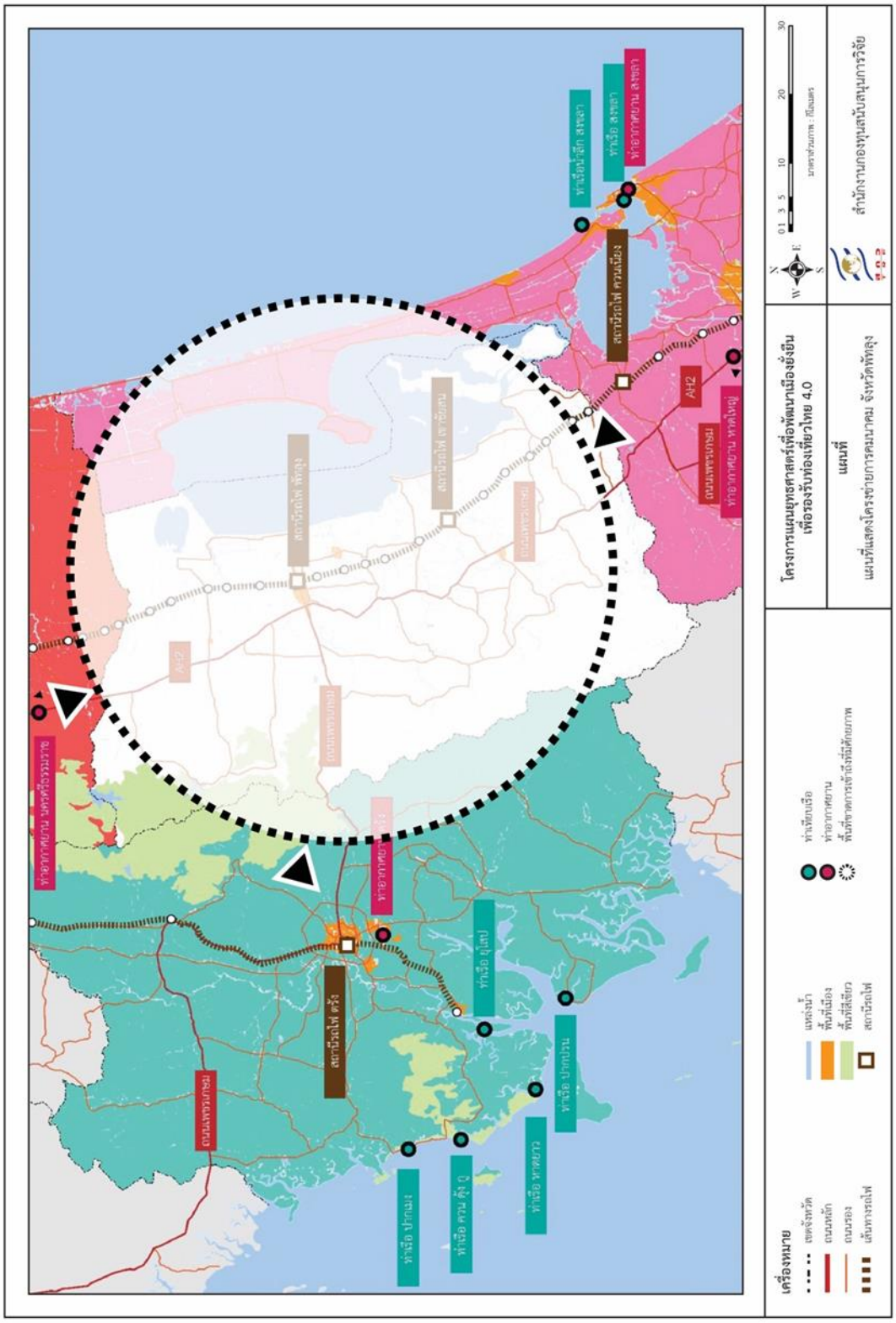
แผนภาพที่ 7-11 การคมนาคมทางบก



แผนภาพที่ 7-12 การคมนาคมทางน้ำ



แผนภาพที่ 7-13 โครงข่ายคมนาคม



แผนภาพที่ 7-14 โครงข่ายคมนาคม

ประวัติศาสตร์และการพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคม

ถ้ำ – ตะลุง – เมืองท่าการค้า 2 ทวีป (ยุคก่อนประวัติศาสตร์ – พ.ศ. 1800)

ประวัติศาสตร์ยุคนี้สามารถสันนิษฐานได้จากหลักฐานทางโบราณวัตถุคือ ขวานหินขัดสมัยหินใหม่หรือชาวบ้าน เรียกว่า ขวานฟ้าที่พบจำนวน 50-60 ชิ้น ในจังหวัดพัทลุง ปรากฏว่าท้องที่เหล่านี้ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์หรือประมาณ 2,500-4,000 ปี มาแล้ว ได้มีชุมชนเกิดขึ้นแล้ว โดยใช้ขวานหินขัดเป็นเครื่องมือสับตัด มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่ยุคหินเก่า และหินใหม่ โดยพบซากโบราณวัตถุและการเขียนสีในถ้ำภายในภูเขา โดยบริเวณเมืองพัทลุงเป็นแหล่งชุมชนที่ได้รับวัฒนธรรมอินเดียในด้านพระพุทธศาสนาลัทธิมหายาน มีหลักฐานค้นพบ เช่น พระพิมพ์ดินดิบจำนวนมากเป็นรูปพระโพธิสัตว์ รูปเทวดาโดยค้นพบบริเวณถ้ำคูหาสวรรค์ และถ้ำเขาอกทะลุ

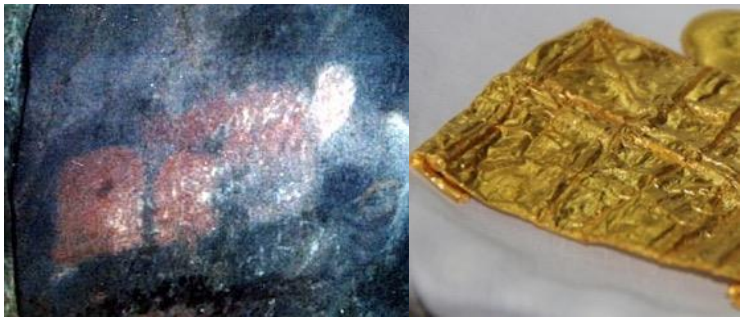
ในสมัยก่อนชื่อเมืองพัทลุงไม่ได้เขียนอย่างในปัจจุบัน โดยหลักฐานพบว่าบนเหรียญอีแปะพัทลุง พ.ศ. 2426 เขียนว่า พัททะลุง และพัตลุง ในเอกสารของไทย ใช้ต่างกันมากมายได้แก่ พัตะลุง พัดทลุง พัทธลุง พัตลุง พัฒลุง พัทลุง ในเอกสารเบอร์นีของอังกฤษสมัยรัชกาลที่ 3 เขียนว่า Bondelun และ Merdelong ของนายลามาร์ วิศวกรชาวฝรั่งเศส สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เขียนว่า Bourdelun

ความหมายของชื่อเมืองหมายถึงเมืองช้างหรือเมืองเกี่ยวเนื่องด้วยช้าง ซึ่งตรงกับข้อเท็จจริงหลายประการ คำว่า “พัต-พัท-พัทธ” ทราบเพียงว่าใช้เป็นคำขึ้นต้น ส่วนคำพื้นเมืองที่เรียกว่า“ตะลุง” แปลว่าเสาล่ามช้างหรือไม้หลักผูกช้าง ซึ่งบริเวณฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลาในแถบชะรัดซึ่งอยู่ติดกับเทือกเขาบรรทัด มีช้างป่าชุกชุม และในตำนานนางเลือดขาวตำนานเมืองพัทลุงกล่าวว่า ตาสามโม ยายเพชรเป็นหมอสดำหมอเฒ่านายกองช้างเลี้ยงช้างส่งเจ้าพระยากรุงทองทุกปี ต่อมาพระกุมารกับนางเลือดขาวก็ได้รับมรดกเป็นนายกองเลี้ยงช้างส่งส่วยซึ่งในปัจจุบันชาวบ้านบางส่วนยังคงนับถือ “ตาหมอช้าง”

ช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 15 - 16 คือ ช่วงที่ชุมชนท่าการค้าบ้านบางแก้วได้พัฒนากลายเป็น “เมืองพัทลุง" (แห่งแรก) สมัยที่ฝั่ง อ.ระโนด/สทิงพระ/สิงหนคร ยังเป็นเพียง "เกาะเทนทาเล็ม" โดยมีผู้ปกครองคือ พระยากุมาร กับ นางเลือดขาว (เชื่อว่ามีเชื้อสายมาจากอินเดียใต้ ที่อพยพหนีภัยสงครามมาสู่สุวรรณภูมิ) บริบทของเมืองพัทลุงในขณะนั้น คือ "เมืองท่าการค้าข้ามคาบสมุทรแห่งใหม่" ในยุคสมัยที่ยังมีการค้าขายทางเรือสำเภา โดยเป็นจุดแวะพักหรือที่เรียกว่า "สถานีการค้า" จึงกลายเป็นเมืองของการแลกเปลี่ยนสินค้า 2 ภาคพื้นทวีป (จีน-เขมร-อินเดีย-อาหรับ) เป็นจุดพักแรม เตรียมเสบียงน้ำจืด (เนื่องจากในอดีตค้าขาย/เดินทางใช้เรือสำเภาที่มีกำลังวิ่งน้อย ยังอ้อมทางช่องแคบมะละกาไม่ได้ จึงต้องขึ้นฝั่งที่แถบพัทลุง/สทิงพระ/นครศรี - ปะเหลียน/ตะโกลา/กระบี่ รอให้ผ่านหน้ามรสุม และรอลมสินค้า) และมีวัดเขียนบางแก้วศาสนสถานที่สำคัญ เพื่อใช้ประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อ ทั้งพุทธ พราหมณ์ ฮินดี และจีน ผสมผสานกลมกลืนกันอยู่ในบริเวณเมืองท่าแห่งนี้ ดังนั้น "เมืองพัทลุงบางแก้ว" ในอดีต จึงเป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนทางการค้า ศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญของ 2 ฝั่งทะเล

ในยุคสมัยของ "การค้าข้ามคาบสมุทร" ซึ่งพิจารณาได้จากหลักฐานที่เคยพบ เช่น เหรียญทองคำ แหวนทองคำ จารึกบนแผ่นอิฐอักษรขอมและภาษาอาหรับ เทวรูป ศิวลึงค์ ถ้วยชามจีน เป็นต้น

ยุคทองของเมืองพัทลุง คือ ยุคสมัยที่เมืองพัทลุงยังเป็นเมืองท่าการค้าข้ามคาบสมุทร ซึ่งใช้ "ทองคำ" เครื่องประดับ อาวุธ สินค้า ในการแลกเปลี่ยนกันระหว่างพ่อค้า นักบุญ/นักบวช และนักเดินทางจากต่างแดน โดยเฉพาะช่วงระหว่าง พ.ศ. 1568-1773 ซึ่งเป็นช่วงที่ "เมืองสทิงพระ" (เมืองศูนย์กลางและเมืองท่าการค้าที่สำคัญทางฝั่งตะวันออกของเมืองพัทลุง) และเมืองท่าอื่น ๆ ในแหลมมลายู ถูกพวกโจฬะบุกโจมตี จึงเปิดโอกาสให้เมืองพัทลุงได้พัฒนาและเจริญรุ่งเรืองขึ้น กลายเป็นเมืองท่าการค้าข้ามคาบสมุทรแห่งใหม่ในยุคนั้น ด้วยสภาพที่ตั้งในการหลบคลื่นลม /หลบภัย/จอดเรือ มีทรัพยากรและน้ำจืดที่อุดมสมบูรณ์ และความสะดวกในการเดินทาง เพราะมีลำคลองหลายสาย โดยมีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่าง 2 ฝั่งทะเล 2 ทางหลักที่สำคัญ คือ จากลำน้ำฝาละมี-เขาจันทร์/เขาปัจจันตระ และเส้นทางจากโมชฬะ/ปราโมทย์ ข้ามเขาบรรทัดทาง "ช่องรูตู" ที่เชื่อมระหว่าง เมืองตระ/เมืองปะเหลียน ออกสู่ทะเลอันดามัน



แผนภาพที่ 7-15 หลักฐานทางประวัติศาสตร์ยุคก่อนประวัติศาสตร์และชุมทางเดินเรือ

ที่มา : http://www.siamsouth.com/smf/index.php?topic=23299.0

http://www.komchadluek.net/news/crime/186166

ถ้ำ – ป้อมปราการธรรมชาติ - ทะเลสาบ (พ.ศ. 1800 – 2360)

พุทธศตวรรษที่ 19 เมืองพัทลุง ได้ตั้งขึ้นอย่างมั่นคง ภายใต้การปกครองของกรุงศรีอยุธยามีฐานะเป็นเมืองชั้นตรี ในสมัยนั้นเมืองพัทลุงมักจะประสบปัญหาการโจมตีจากกลุ่มโจรสลัดมาเลย์อยู่เสมอ ในรัชสมัยพระเจ้าทรงธรรม ด๊ะโต๊ะโมกอล ชาวมุสลิมที่อพยพมาจากเมืองสาเลห์ บริเวณหมู่เกาะชวา ซึ่งเป็นต้นตระกูลของสุลต่านสุไลมาน แห่งเมืองสงขลาได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานค้าขาย ณ หัวเขาแดง แล้วตั้งประชาคมมุสลิมขึ้น ตรงนั้นอย่างสงบไม่มีการขัดแย้งกับชาวเมืองที่อยู่มาก่อน ปักหลักอยู่ยาวนานจนมีผู้คนอพยพมาอาศัยอยู่มากขึ้นในที่สุดก็พัฒนาขึ้นมาเป็นเมืองท่าปลอดภาษี มีเรือสำเภาแวะเข้ามาซื้อ

บทบาทของดะโต๊ะโมกอลได้รับการสนับสนุนจากอาณาจักรศรีอยุธยาด้วยดี พระเจ้าทรงธรรมโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งเป็น "ข้าหลวงใหญ่" ผู้ดำรงตำแหน่งนี้ต่อมาคือ ท่านสุไลมานบุตรชายคนโต มีหน้าที่ปกครองดูแลรักษาความ

สงบของพื้นที่ตั้งแต่ตอนล่างของนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ก็ต้องเก็บส่วยสาอากรส่งถวายพระเจ้าแผ่นดินที่กรุงศรีอยุธยา สุไลมานก็ได้ทำหน้าที่นี้เรียบร้อยด้วยดีมาตลอด ต่อมาได้ย้ายเมืองสงขลาจากสทิงพระมายังหัวเขาแดง ซึ่งมีชัยภูมิป้องกันตนเองได้ดีกว่า ในสมัยสุลต่านสุไลมาน บุตรของดะโต๊ะโมกอลได้ส่ง ฟาริซีน้องชาย ซึ่งเป็นปลัดเมืองมาสร้างเมืองใหม่ที่เขาชัยบุรี เพื่อป้องกันศัตรูที่โจมตีเมืองสงขลาทางบก ภายหลังได้รับโปรดเกล้าฯ ให้เป็นเจ้าเมืองพัทลุง และได้ย้ายเมืองพัทลุงออกจากเมืองสงขลาตั้งแต่นั้น และตั้งเมืองอยู่ที่เขาชัยบุรีตลอดมาจนกระทั่งสิ้นกรุงศรีอยุธยาเมื่อ พ.ศ. 2310

ในสมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์ ได้มีการย้ายสถานที่ตั้งเมืองอีกหลายครั้งและได้ยกขึ้นเป็นเมืองชั้นโทในรัชกาลที่ 1 และมีบทบาทการต่อสู้ป้องกันเอกราชของชาติมาหลายครั้ง เช่น เมื่อสงครามเก้าทัพ (พ.ศ. 2328 – 2329) พระยาพัทลุงโดยความร่วมมือจากพระมหาช่วยแห่งวัดป่าลิไลยก์ ได้รวบรวมชาวพัทลุงประมาณ 1,000 คน ยกออกไปตั้งขัดตาทัพที่คลองท่าเสม็ด จนกระทั่งทัพของวังหน้าในรัชกาลที่ 1 ทรงยกกองทัพมาช่วยหัวเมืองปักษ์ใต้ ตีทัพพม่าแตกหนีไป




แผนภาพที่ 7-16 ผังเมืองไชยบุรี และขุนคางเหล็ก การเปลี่ยนแปลงที่ตั้งและผู้ปกครองเมือง
ที่มา : หอจดหมายเหตุแห่งชาติ, กรุงเทพฯ
http://www.siamsouth.com/smf/index.php?topic=23996.0

เมืองเกษตรกรรม – รถไฟ – เขาอกทะลุ (พ.ศ. 2360-ปัจจุบัน)

นอกจากสงครามกับพม่าแล้วชาวพัทลุงยังมีบทบาทสำคัญในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศชาติในหัวเมืองภาคใต้ เพราะปรากฏอยู่เสมอว่าทางเมืองหลวงได้มีคำสั่งให้เกณฑ์ชาวพัทลุง พร้อมด้วยเสบียงอาหารไปทำสงครามปราบปรามกบฏในหัวเมืองมลายูเช่น กบฏไทรบุรี พ.ศ. 2373 และ พ.ศ. 2381 ซึ่งบทบาทดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของเมืองพัทลุง ทางด้านการเมือง การปกครองในอดีตเป็นอย่างดี

ครั้นรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ปฏิรูปการปกครองเป็นแบบเทศาภิบาลใน พ.ศ. 2437 และพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมืองพัทลุงมาอยู่ที่ตำบลคูหาสวรรค์ในปัจจุบัน เพื่อจะได้อยู่ใกล้เส้นทางรถไฟ และสะดวกในด้านติดต่อกับเมืองต่าง ๆ จากอดีตถึงปัจจุบัน เมืองพัทลุงได้มีการย้ายเมืองหลายครั้ง สถานที่เคยเป็นที่ตั้งเมืองพัทลุงมาแล้ว ได้แก่

- โคกเมืองแก้ว ปัจจุบัน หมู่ที่ 4 ตำบลจองถนน อำเภอเขาชัยสน
- บ้านควนแร่ ปัจจุบัน หมู่ที่ 1 ตำบลควนมะพร้าว อำเภอเมืองพัทลุง
- เขาชัยบุรี (เขาเมือง) ปัจจุบัน เขต 3 ตำบล คือตำบลชัยบุรี อำเภอเมืองพัทลุง
- ท่าเสม็ด ปัจจุบัน ตำบลท่าเสม็ด อำเภอชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
- เมืองพระรถ ปัจจุบัน หมู่ที่ 1 ตำบลควนมะพร้าว อ.เมืองพัทลุง
- บ้านควนมะพร้าว ปัจจุบัน หมู่ที่ 2 ตำบลพญาขัน อ.เมืองพัทลุง
- บ้านม่วง ปัจจุบัน หมู่ที่ 2 ตำบลพญาขัน อ.เมืองพัทลุง
- บ้านโคกสูง ปัจจุบัน หมู่ที่ 4 ตำบลลำปำ อ.เมืองพัทลุง





แผนภาพที่ 7-17 ศิลปะหนังตะลุง และการตั้งถิ่นฐานของชาวพัทลุง

ที่มา : http://banchongphetchu.blogspot.com/2012/02/blog-post.html

https://www.matichon.co.th/education/news_189187

http://www.thaiheritage.net/nation/oldcity/phattkalung2.htm

ต่อมาใน พ.ศ. 2476 ได้มีการจัดระเบียบบริหารส่วนภูมิภาคเป็นจังหวัดและอำเภอ ได้ยกเลิกการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล ทำให้เมืองพัทลุงมีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่ง ในปัจจุบันจังหวัดพัทลุง แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ



แผนภาพที่ 7-18 ภาพเขาอกทะลุในปัจจุบัน

ที่มา : http://shutterexplorer.com/2017/01/07/phatthalung-south/

ประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง

ภาพลักษณ์ของจังหวัดพัทลุง

เมืองพัทลุงนั้นมีภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน และไม่ได้รับการโปรโมตทางการท่องเที่ยว แต่มีภาพจำในทางด้านเกษตรกรรมข้าวสังข์หยด และวัฒนธรรม ทั้งหนังตะลุงและมโนราห์ ทำให้เมืองพัทลุงถูกจดจำในการเป็นเมืองเกษตรกรรมและไม่ได้รับความสนใจมากนัก

ล่าสุดใน พ.ศ. 2558 จังหวัดพัทลุงได้โปรโมตการท่องเที่ยวภายใต้ชื่องาน “มหัศจรรย์แห่งพัทลุง” หรือ Enchanting Phatthalung จากการที่จังหวัดพัทลุงมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยต้องการส่งเสริมให้ชุมชนมีการสร้างงาน สร้างอาชีพ ก่อให้เกิดรายได้ พร้อมดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อร่วมต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้วยการท่องเที่ยว “เขา ป่า นา เล” ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีทั้งน้ำตก ภูเขา ล่องแก่ง เป็นเมืองโนรา หนังตะลุง มีสำนักตักศิลาวัดเขาอ้อ ซึ่งเป็นสำนักทางพุทธาคมและไสยศาสตร์ที่ขึ้นชื่อมากที่สุดของภาคใต้ ที่สำคัญยังเป็นแหล่งอนุรักษ์พันธ์สัตว์ป่าหายาก คือ “สมเสร็จ” อีกด้วย โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและนักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด ได้แก่

- “อัศจรรย์แห่งแสง แหล่งยกยอ”, ป่าไผ่สร้างสุข “ตลาดชุมชนของคนหัวใจสีเขียว”, ตลาดใต้โหนด
- “ตลาดสีเขียวเลี้ยวเข้ามาก็สุขใจ”, ล่องแก่งหนานมดแดง
- “ความสนุกบนสายน้ำที่ห้ามพลาด”, ขนำ คอฟฟี่
- “ร้านกาแฟวิวดีที่สุดในพัทลุง”, ร้านขนมหวานป้ากี้
- “อร่อยมาก ถูกปากถูกตังค์”, นาโปแก
- “ปอดแห่งใหม่ของคนพัทลุง”, ควนนกเต้น
- “จิบกาแฟ แลหมอก หยอกตะวัน”
- การส่งเสริมให้เมืองพัทลุงนั้นมีภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงเกษตรอันอุดมสมบูรณ์ไปด้วยอาหารและธรรมชาติที่ครบครันในจังหวัด



แผนภาพที่ 7-19 ภาพลักษณ์ของจังหวัดพัทลุง

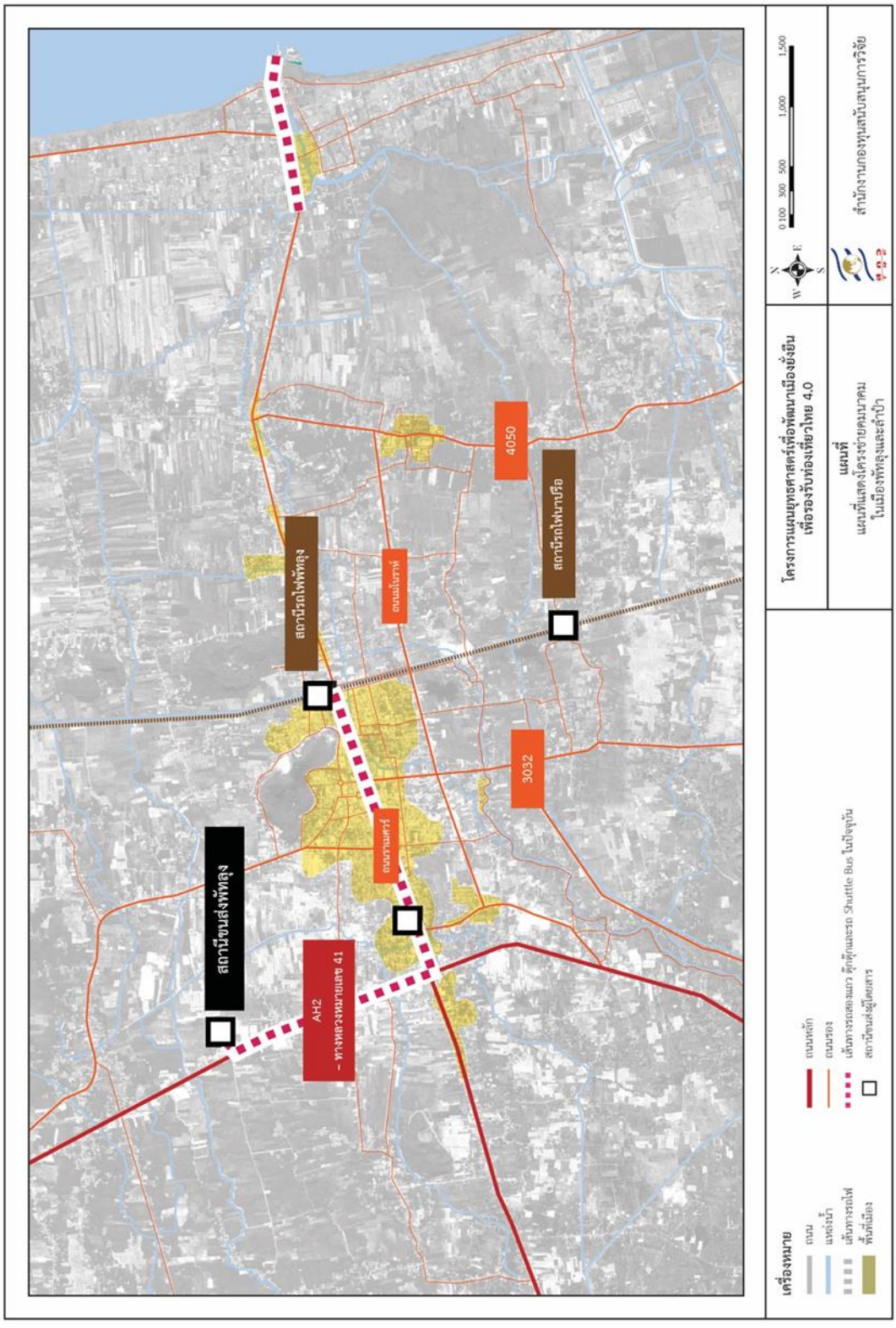
ที่มา : http://www.samilatimes.co.th/?p=34575

การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุงและลำปำ

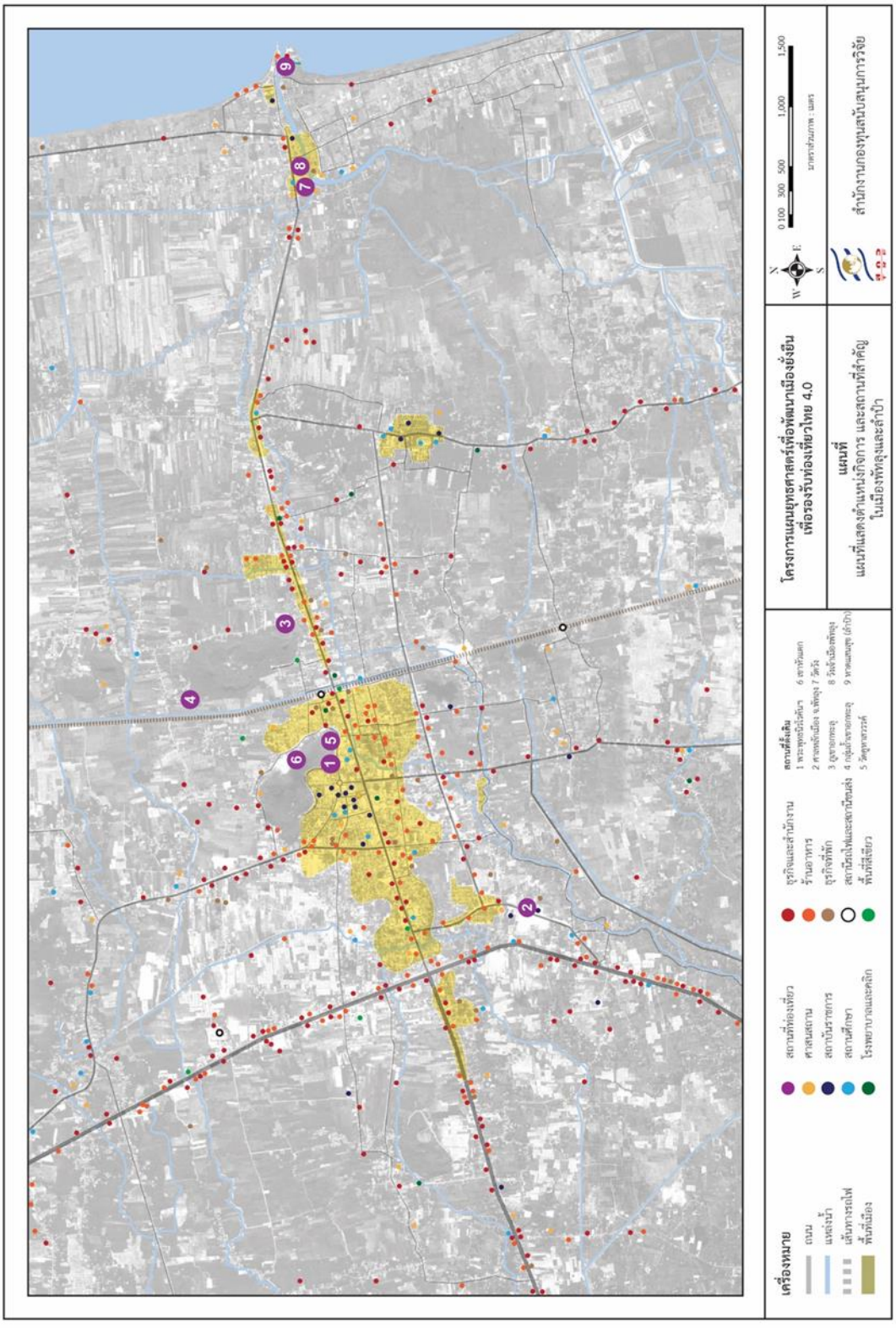
โครงข่ายคมนาคมและกิจกรรมในพื้นที่

เมืองพัทลุงนั้นรองรับกิจกรรมภาคเศรษฐกิจของเมือง การค้าขายและสำนักงาน กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีเพื่อรองรับคนเมืองพัทลุงและคนในจังหวัดพัทลุงเอง ไม่ได้รองรับในด้านการท่องเที่ยวเท่าใดนัก โดยกิจกรรมมีการกระจายตัวไปตามแนวถนนราเมศวร์ ซึ่งเป็นถนนเส้นหลักของเมืองพัทลุงถึงพื้นบริเวณลำปำ ทำให้เมืองพัทลุงมีลักษณะคล้ายก้างปลา มีขนาดบล็อกถนนที่กว้างที่จะสามารถเดินเท้าได้ และเมืองพัทลุงนั้นไม่สามารถรับรู้ได้ผ่านถนนเพชรเกษม ทำให้กิจกรรมที่ต้องการรองรับการท่องเที่ยวหรือแวะผ่านจะแยกตัวออกไปตามถนนเพชรเกษม โดยตัดขาดจากตัวเมืองพัทลุง

การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัว หรือการจ้างเหมามาเฉพาะกลุ่มเป็นหลัก เพื่อสภาพพื้นฐานของเมืองและจังหวัดขาดระบบขนส่งมวลชน นอกจากนี้การเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวขาดมาตรฐาน อาทิ ต้องอาศัยเรือประมงมารับนักท่องเที่ยวเพื่อจะเดินทางเที่ยวชมทะเลน้อย แต่ขาดท่าเรือหรือจุดขึ้นลงที่เหมาะสม



แผนภาพที่ 7-20 โครงข่ายคมนาคมในพื้นที่



แผนภาพที่ 7-21 ตำแหน่งธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองพัทลุง

การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุง

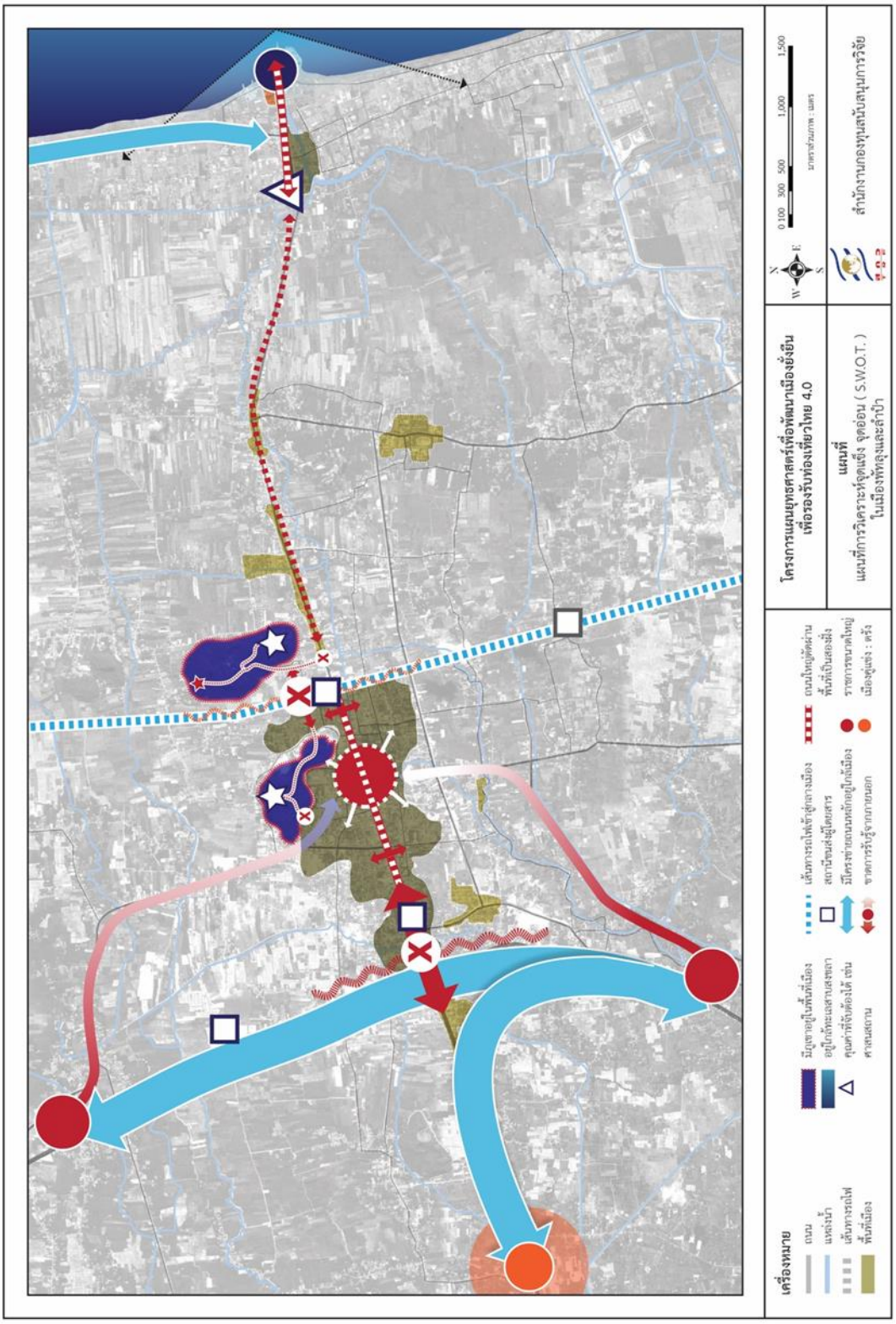
จุดแข็งและโอกาส

- เมืองพัทลุงมีคุณค่าทางวัฒนธรรมเช่น มโนราห์ และหนังตะลุง
- มีภูเขาอกทะลุ และเขาหัวแตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี
- มีวัดวังและโบราณสถานในพื้นที่ ตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์
- มีสถานีรถไฟอยู่กลางเมืองพัทลุง
- เป็นเมืองทางผ่านของนักท่องเที่ยวที่วิ่งลงภาคใต้
- อยู่ติดทะเลสาบสงขลา ทะเลสาบ 3 น้ำ อันอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ

จุดอ่อนและอุปสรรค

- ขาดการรับรู้ถึงตัวเมืองพัทลุง ไม่มีป้าย ประตูต้อนรับ เอกลักษณ์ และตัวเมืองไม่ติดถนนหลัก
- ถนนราเมศวร์ ทำให้เมืองและมีลักษณะก้างปลา และขาดออกจากกันในแนวเหนือใต้
- พื้นที่ราชการกลางเมือง ทำให้กิจกรรมไม่ต่อเนื่อง
- ขาดขนส่งเชื่อมต่อภายในเมือง และพื้นที่ข้างเคียง
- ภูเขาอกทะลุ และเขาหัวแตก ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม และเข้าถึงได้ยาก

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองคู่แข่งใกล้เคียง จะพบว่า เมืองตรังมีขนาด และบทบาทใกล้เคียงกัน แต่มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูงมากกว่าเมืองพัทลุง



แผนภาพที่ 7-22 การวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทลุง

สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ของการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวพัทลุง

อดีต: เมืองศูนย์กลางพาณิชยกรรมและงานราชการของจังหวัด

เมืองพัทลุงมีบทบาทสำคัญสำหรับพื้นที่รอบข้างในฐานะเป็นเมืองศูนย์กลางด้านพาณิชกรรมและศูนย์กลางด้านบริหารราชการในระดับจังหวัด การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นฐานเศรษฐกิจหลักของเมือง แม้ว่าอาจมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอยู่หลายแห่งก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นกิจกรรมหลักของจังหวัดพัทลุง

ปัจจุบัน: การท่องเที่ยวยังเงียบ ๆ แต่ก็เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทยแล้ว ยังถือว่าพัทลุงเป็นเมืองมียังเงียบ ๆ ในด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการชมธรรมชาติเสียเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาจังหวัดพัทลุงมากขึ้นนั้น โดยมากไปเที่ยวในพื้นที่นอกเมือง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ทะเลน้อย และตลาดนัดวันหยุดสุดสัปดาห์ เนื่องจากพัทลุงอยู่ไม่ไกลมาจากหาดใหญ่ ตรัง และนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวจึงมักเดินทางผ่านเมืองพัทลุงไปเลย แทบไม่แวะเข้ามาในพื้นที่เมือง และไม่พักค้างในโรงแรมในเมือง จากการสอบถามเจ้าหน้าที่โรงแรมในเมืองพัทลุง พบว่า แขกที่มาเข้าพักมักเป็นเซลล์ขายสินค้าหรือติดต่อธุรกิจกับหน่วยงานราชการในเมือง หรือไม่ก็มาพักแรมในช่วงวันรับปริญญาของมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

ในปัจจุบัน จังหวัดพัทลุงมุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel) ซึ่งมีจุดแข็งคือด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ทะเลสาบ พื้นที่ชุ่มน้ำ ป่าไม้ น้ำตก ซึ่งตั้งอยู่นอกเมือง และในด้านวัฒนธรรม นับตั้งแต่อาหารการกิน การแสดงมโนราห์และหนังตะลุง ซึ่งหาดูได้ยากแล้ว รวมไปถึงกีฬาและบ่อนชนวัว ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่นี้ กิจกรรมเหล่านี้ในปัจจุบันยังคงตั้งอยู่ในพื้นที่นอกเมืองพัทลุง

คู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของพัทลุงมีตั้งแต่หาดใหญ่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ คนมาเลเซียเชื้อสายจีนมาเที่ยวหาดใหญ่จำนวนมาก แต่น้อยมากที่ขับรถเลยมาถึงพัทลุง ในขณะที่สงขลา ตรังและกันตังก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้มาก การพัฒนาการท่องเที่ยวของพัทลุงจึงต้องสร้างจุดยืน (positioning) ด้านการตลาดให้ชัดเจนเพื่อสร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภูมิภาคนี้

อนาคต: สร้างเสริมศักยภาพเพื่อขยายและยกระดับตลาดการท่องเที่ยว

เมืองพัทลุงยังคงต้องได้รับการพัฒนาและออกแบบเมืองอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถแสดงบทบาทเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมระดับอนุภาคได้ จากมุมมองของแนวคิดการสร้างแบรนด์จังหวัดพัทลุงอาจเริ่มพอที่จะมีเค้าโครงของการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอยู่บ้าง โดยเฉพาะการ

ท่องเที่ยวในทะเลน้อย แต่สำหรับตัวเมืองพัทลุงนั้น ยังไม่เห็นภาพลักษณ์หรือแบรนด์ที่ชัดเจนใด ๆ จึงถือเป็นประเด็นความท้าทายและกิจกรรมเบื้องต้นที่ต้องดำเนินการต่อไป

แพร่งทางเลือกที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบายที่จะใช้เป็นกรอบในการพัฒนาและออกแบบเมืองคือ พัทลุงจะต้องการขยายฐานรองรับการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะมากน้อยขนาดไหน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ตอนนี้พัทลุงมีศักยภาพในการตอบรับนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม (niche) อยู่แล้ว แต่ศักยภาพที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (mass) ได้เท่าใดนัก โจทย์ที่ต้องตอบคือ พัทลุงจะต้องการออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่หรือไม่ และเป็นไปได้มากน้อยขนาดไหนในเชิงโครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่รองรับในเมือง

หากวิเคราะห์ตามองค์ประกอบเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และกิจกรรมในพื้นที่เมือง ตัวเมืองพัทลุงเองอาจยังไม่มีแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมุ่งมาเยี่ยมเยือนโดยตรง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจมากกว่า โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ เช่น กลุ่มทัวร์คนจีน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวอาจเข้ามาแวะพักหรือค้างแรมในเมืองได้ ถ้าราคาสู้กับรีสอร์ตริมทะเลสาบหรือแหล่งท่องเที่ยวข้างนอกเมืองได้



แผนภาพที่ 7-23 ฉากทัศน์การพัฒนาเมืองแม่สาย



แผนภาพที่ 7-24 การเปลี่ยนแปลงของจังหวัดพัทลุง ตามฉากทัศน์ “เมืองต้องรัก – หมุดหมายปลายทาง”

ข้อเสนอในการออกแบบและพัฒนาเมืองเบื้องต้น

จากที่ได้วิเคราะห์มาข้างต้น โจทย์สำหรับงานวิจัยในส่วนนี้คือจะพัฒนาและออกแบบเมืองพัทลุงอย่างไรให้ส่งเสริมการแวะพักและค้างแรมในเมืองพัทลุงมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ก็สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางและเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงและพื้นที่ข้างเคียงให้ดียิ่งขึ้นไปอีก ตามหลักการแล้ว การพัฒนาและออกแบบเมืองในภาพรวมต้องเน้นวิสัยทัศน์ระยะยาวที่ประสานผลประโยชน์ด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ไม่ได้เน้นเฉพาะสาขาธุรกิจหรือเป้าหมายด้านหนึ่งด้านเดียว อย่างไรก็ตาม สำหรับงานวิจัยนี้ที่เน้นด้านการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในระยะสั้นและระยะกลางของการออกแบบและพัฒนาเมืองคือ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่แวะเยือนและพักค้างในเมืองพัทลุง

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น กิจกรรมในด้านการวางแผนที่สำคัญคือการพัฒนาแบรนด์ของเมืองพัทลุงที่สามารถใช้เป็นกรอบในการพัฒนาและออกแบบเมืองต่อไปได้ แม้ว่างานวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้เน้นการสร้างแบรนด์ของพัทลุงเป็นหลัก แต่คณะผู้วิจัยก็ต้องมีกรอบแนวคิดบางอย่างในการออกแบบเมือง จึงได้วิเคราะห์และสร้างแบรนด์จำลองที่ใช้ในการออกแบบเมือง เพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับการดำเนินการจริงโดยหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในเมืองพัทลุงต่อไป

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเมืองและออกแบบเมืองที่ตอบรับกับแบรนด์ของเมืองพัทลุงที่จะสร้างขึ้นมาใหม่นั้น มีดังต่อไปนี้

1) การสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว การอยู่อาศัยและพาณิยกรรมในเมืองพัทลุงให้มีความชัดเจนและมีเสน่ห์เฉพาะย่าน ด้วยการวางผังระดับย่าน ซึ่งมีหลักการพื้นฐานคือการแบ่งพื้นที่เมืองเป็นย่าน แล้วสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างระหว่างย่าน พร้อมกับการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างย่าน ตัวอย่างเช่น ย่านรอบสถานีรถไฟ ย่านรอบวัดคูหาสวรรค์ รวมไปถึงพื้นที่ริมน้ำบริเวณลำปำ เป็นต้น
1) การออกแบบภูมิทัศน์เมือง โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะให้ตอบรับทั้งสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ค้างแรมและประชาชนในเมือง เมืองพัทลุงมีเขาอกทะลุที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อเป็นจุดหมายตา (landmark) ที่ดีของเมืองได้ นอกเหนือไปจากการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาอกทะลุที่นักท่องเที่ยวอาจสนใจเยี่ยมชม
2) การสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากพัทลุงมีกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความเด่นเฉพาะตัวอยู่ แต่ในปัจจุบันกิจกรรมเหล่านี้ไม่ได้เกิดในพื้นที่เมือง แต่อยู่นอกเมืองเสียเป็นส่วนใหญ่ โจทย์ในการออกแบบเมืองในส่วนนี้จึงอยู่ที่การสร้างพื้นที่สำหรับกิจกรรมเหล่านี้ โดยอาจไม่ต้องเป็นพื้นที่ถาวร แต่สามารถใช้แสดงและดำเนินกิจกรรมได้บางช่วงเทศกาลและช่วงเวลาอาทิ หนังตะลุงมีวัฒนธรรมในการแข่งขันกัน ซึ่งสามารถนำมาจัดในเชิงเทศกาลหรือการแข่งขันได้ ในกรณีนี้จำเป็นต้องมีพื้นที่จัดงานแข่งขันหนังตะลุง แต่พื้นที่เดียวกันนี้ก็สามารถใช้การแสดงมโนราห์ได้เช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการดึงดูดให้คนพักค้างในเมืองพัทลุง ก็อาจจัดกิจกรรมเหล่านี้ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และในช่วงเย็นและกลางคืน
3) การสร้างจุดหมายตาหรือสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวแวะเข้าเมืองพัทลุง ด้วยลักษณะเส้นทางการสัญจรรถตู้ รถทัวร์ต่าง ๆ ไม่ผ่านตัวเมืองพัทลุง ทำให้คนส่วนมากยังขาดการรับรู้ถึงการมีอยู่เมืองพัทลุง ฉะนั้นควรจะมีการพัฒนา Gateway ที่สื่อถึงแบรนด์ของเมือง หรือพัฒนาพื้นที่ก่อนจะถึงตัวเมืองพัทลุงให้รับรู้ว่าจะถึงตัวเมืองพัทลุงแล้ว

แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง

การพัฒนาจังหวัดพัทลุงภายใต้แนวคิด City Branding ในการเป็นบริบทของจังหวัดพัทลุงที่ซึ่งสะท้อนถึง “ใต้แท้” ทำให้จังหวัดพัทลุงคงไว้ซึ่งความเป็นใต้แท้ และไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ไม่ได้รับอิทธิพลจากชาวต่างชาติ โดยแยกออกเป็น ดั้งเดิม สะท้อนถึงวิธีการพูดของชาวใต้ อีกทั้งแนวคิดมีความสั้นกระชับ 3 แนวคิดในการพัฒนา ดังนี้

เด็ด SCENIC & FOOD

- วิวเด็ด 3 ภูเขา 3 ทะเลสาบ มีภูเขาแทรกอยู่กลางเมือง อันเป็นเอกลักษณ์ และตำนานของเมือง อีกทั้งติดกับทะเลน้อย และทะเลสาบสงขลา (หลวง) อันเป็นทะเลสาบ 3 น้ำ
- อาหารเด็ด พักผ่อน และหยุดเวลา ให้ความรู้สึกแก่ผู้มาเที่ยวในรูปแบบเมืองเล็ก ๆ ที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ยังคงไว้คงอาหารใต้อันอร่อยเด็ด

ดัง CULTURAL & PERFORMANCE

- วัฒนธรรมวิถีใต้ และพูดเสียงดัง สามารถหาซื้อของที่ระลึกที่เป็นวิถีดั้งเดิม ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดโดยรอบอันเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบรับนักท่องเที่ยว
- ต้นกำเนิดมโนราห์ – หนังตะลุง (เสียงกลอง และเครื่องดนตรี) สามารถหาซื้อของที่ระลึกที่เป็นวิถีดั้งเดิม และร้านอาหารใต้จริง ๆ

ดำ ECOLOGY

- วิถีชีวิตชาวนาและข้าวสังข์หยด พาหนะภายในเมืองคือจักรยานพ่วงข้าง และพื้นที่โดยรอบล้อมรอบด้วยพื้นที่นาขนาดกว้าง อีกทั้งยังมีของดีเกษตรกรรมอันเป็นตัวแทนของภาคใต้
- ควายน้ำ – นก – ปลาโลมาอิรวดี เมืองที่อยู่ร่วมกับสัตว์ และแหล่งอันอุดมไปด้วยระบบนิเวศที่เพียบพร้อม



แผนภาพที่ 7-25 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง



แผนภาพที่ 7-26 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง

ภาพลักษณ์ของเมืองจังหวัดพัทลุงจะถูกจดจำด้วยการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เกษตรกรรมและเชิงนิเวศ โดยได้สัมผัสเมืองขนาดเล็ก ที่ไม่ถูกเปลี่ยนไปตามกาลเวลา สัมผัสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมอันโดดเด่นของจังหวัดพัทลุง และสัมผัสธรรมชาติหลากหลายรูปแบบ ทั้งพักผ่อน และผาดโผน และสัมผัสถึงต้นกำเนิดของหนังตะลุง



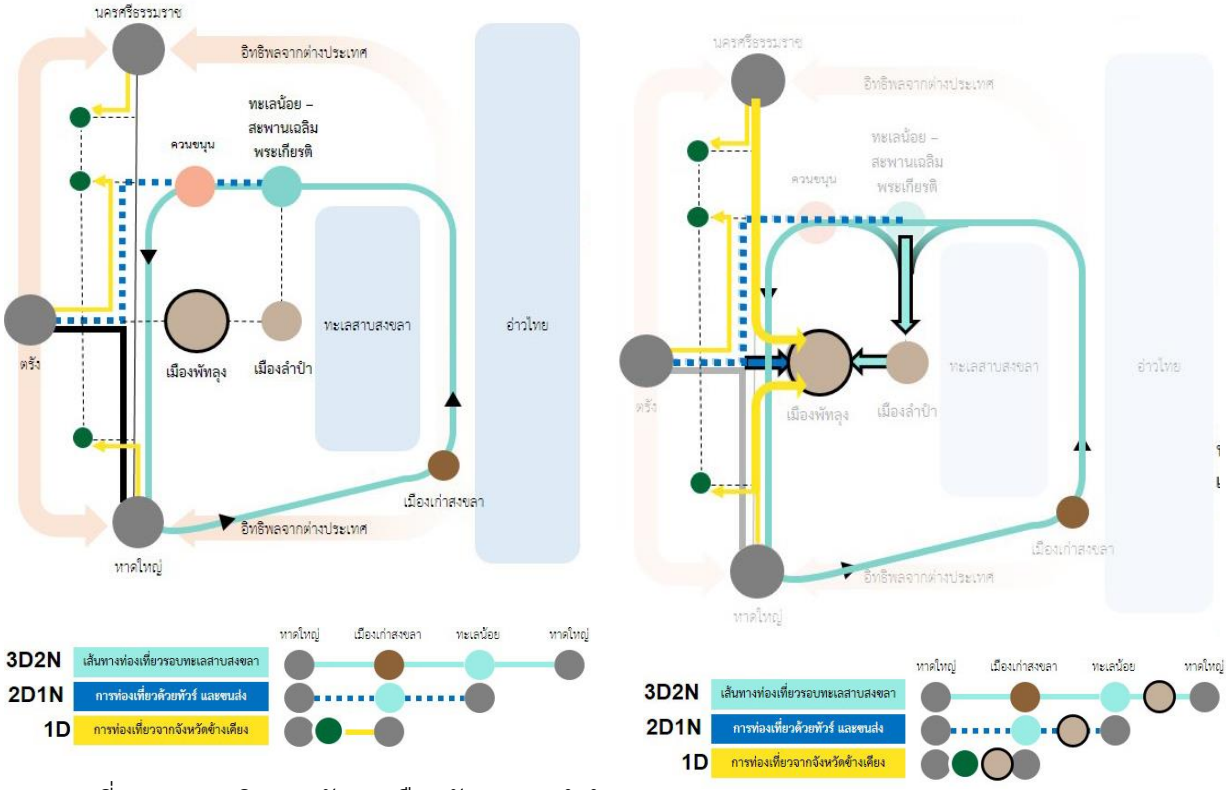
แผนภาพที่ 7-27 แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง

แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ

จังหวัดพัทลุงนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ทะเลน้อย หรือ สะพานเฉลิมพระเกียรติ เป็นต้น แต่ตัวเมืองพัทลุงกลับไม่ถูกรับรู้ในด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเมืองพัทลุงไม่ได้อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยว อีกทั้งขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากเพียงพอ

การพัฒนาเมืองพัทลุงเพื่อการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาบริเวณลำปำ เพื่อดึงนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวรอบทะเลสาบสงขลาให้เข้ามาทางบริเวณลำปำ และเดินทางต่อมาในเมืองพัทลุง ผสานเมืองพัทลุงและลำปำ เข้ากับการท่องเที่ยวรอบทะเลสาบสงขลา โดยอยู่ในเส้นทางการแวะช่วงเวลากลางวันก่อน ก่อนที่จะพัฒนาเพื่อรองรับการพักค้างที่เมืองพัทลุง

อีกสิ่งที่สำคัญในพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงคือ การสร้างการรับรู้ถึงตัวเมืองพัทลุง ด้วยประตู ป้าย และการพัฒนาเขาอกทะลุ อันเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดพัทลุง เพื่อรับรู้ถึงตำแหน่งของเมืองพัทลุงในช่วงเวลากลางคืน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงในช่วงเวลากลางวัน



แผนภาพที่ 7-28 แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ

กรณีศึกษาการพัฒนาพื้นที่รอบภูเขา

การออกแบบพื้นที่เขาในเมืองได้อ้างอิงถึงกรณีศึกษาดังต่อไปนี้

- Suzhou Lion Mountain Park, Suzhou, China
- Catbells Light Festival, Cumbria, England
- Table Mountain, Cape Town, South Africa
- Tianmen Heaven Gate, Zhangjiejie, China
- โคมไฟหนังตะลุง ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรวัต สุขสิกาญจน์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- การออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากหนังใหญ่ นายสมัชชา อภิสิทธิ์สุขสันติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



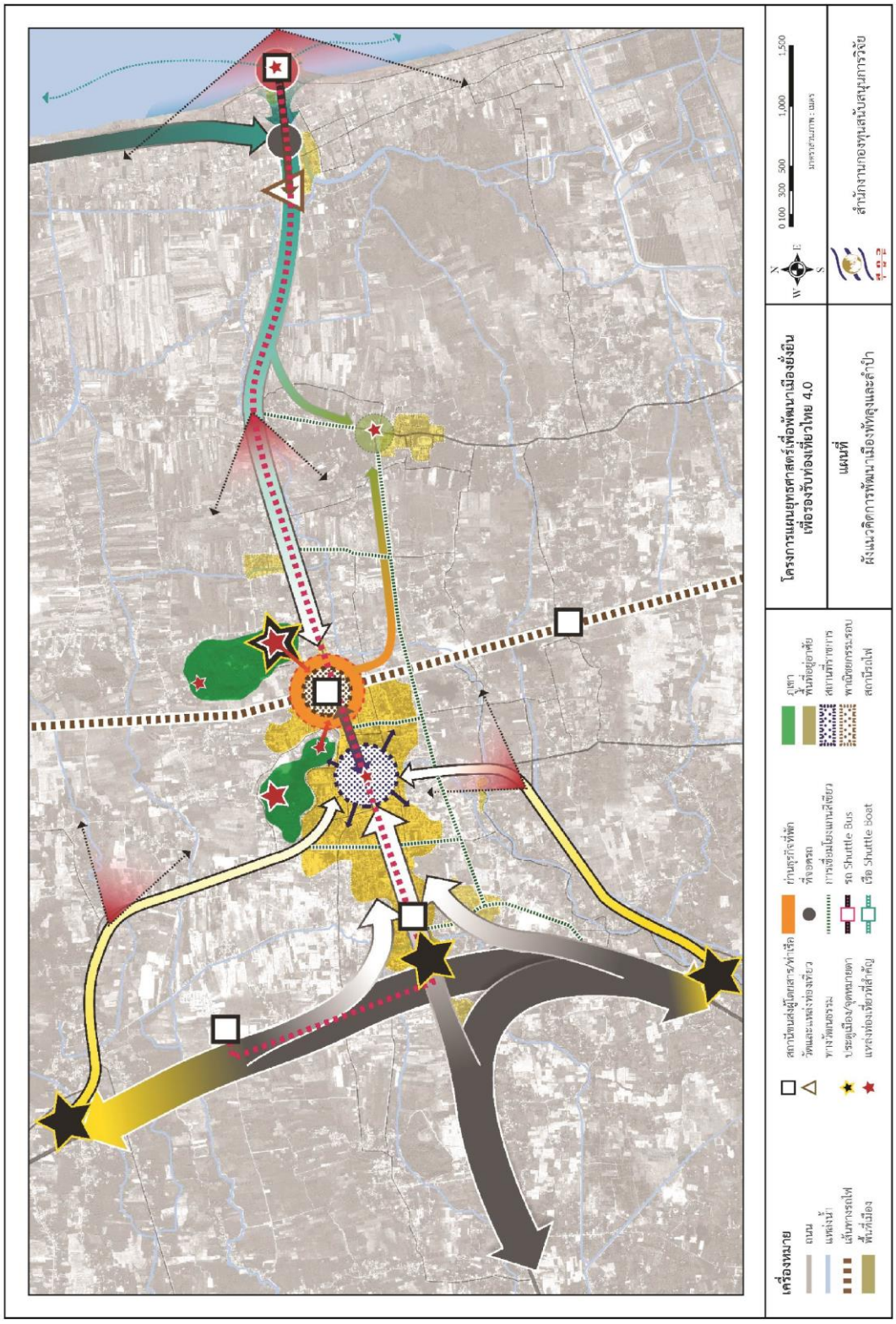
แผนภาพที่ 7-29 กรณีศึกษาการพัฒนาพื้นที่รอบภูเขา

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ

การพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำนั้นมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวภายในเมือง เพื่อสร้างเสน่ห์ในการท่องเที่ยว โดยอาศัยอัตลักษณ์ของเมือง ภูเขา และทะเลสาบ โดยพัฒนาดังนี้

- พัฒนาพื้นที่รอบสถานีรองรับการเข้าถึงด้วยรถไฟและเชื่อมต่อภูเขา
- พัฒนาวัดวัง หาดแสนสุข และชุมชนริมคลองเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจัดทำเส้นทางขนส่งทางเรือภายในทะเลสาบ
- พัฒนาประตูเมืองเพื่อ สร้างการรับรู้ถึงเมืองพัทลุง
- พัฒนาลานหน้าศาลากลาง เพื่อเป็นลาน สำหรับจัดเทศกาล และการแสดงของเมือง
- พัฒนาเขาอกทะลุและเขาหัวแตกเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็น Landmark ของเมืองพัทลุง
- พัฒนารถ Shuttle Bus เชื่อมต่อ ภายในเมืองพัทลุง และเมืองลำปำ

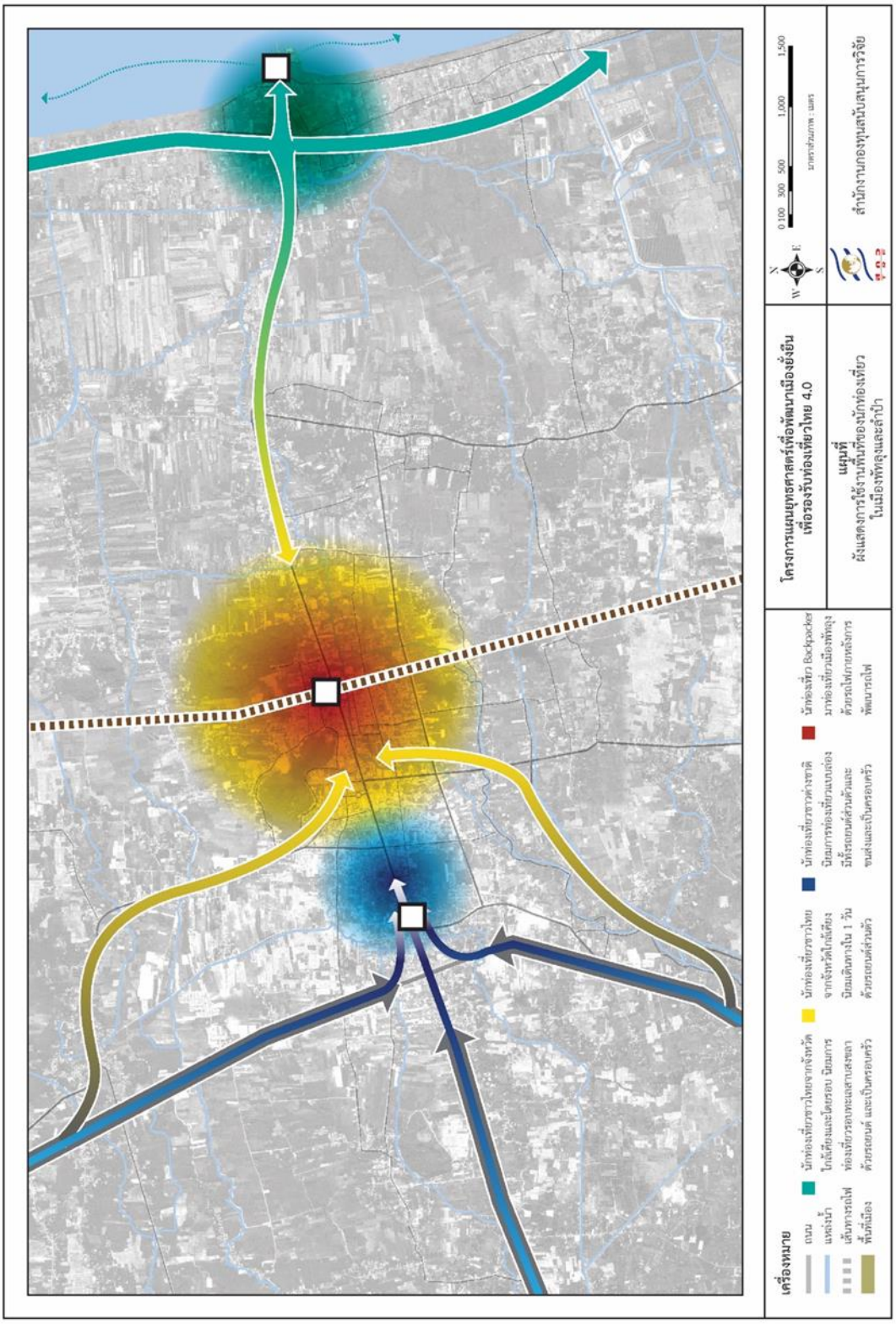
พัฒนาพื้นที่ใกล้เคียงวิทยาลัยนาฏศิลป์พัทลุง และถนนมโนราห์ เพื่อเป็นพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวพัทลุง สามารถสัมผัสวิถีการดำนา และสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นได้



แผนภาพที่ 7-30 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปาง

ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

- พัฒนาที่พักราคาถูกรอบสถานีรองรับนักท่องเที่ยว Backpacker ในอนาคต
- พัฒนาที่พักรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ (ชาวต่างชาติ) ในที่พักรูปแบบโรงแรม
- พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางอยู่โดยรอบให้แวะเข้ามาเที่ยว
- พัฒนากิจกรรมและที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยลักษณะครอบครัว โดยมีที่พักรูปแบบบังกะโล และ รีสอร์ต



แผนภาพที่ 7-31 ผังแสดงการใช้งานพื้นที่ของนักท่องเที่ยว

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1

- พัฒนาลำปำ เพื่อสร้างกิจกรรม และทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวรอบทะเลสาบสงขลา เปลี่ยนไปและเข้าเมืองพัทลุง
- พัฒนาประตู และภูเขา เพื่อสร้างการรับรู้ถึงเมืองพัทลุง

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 2

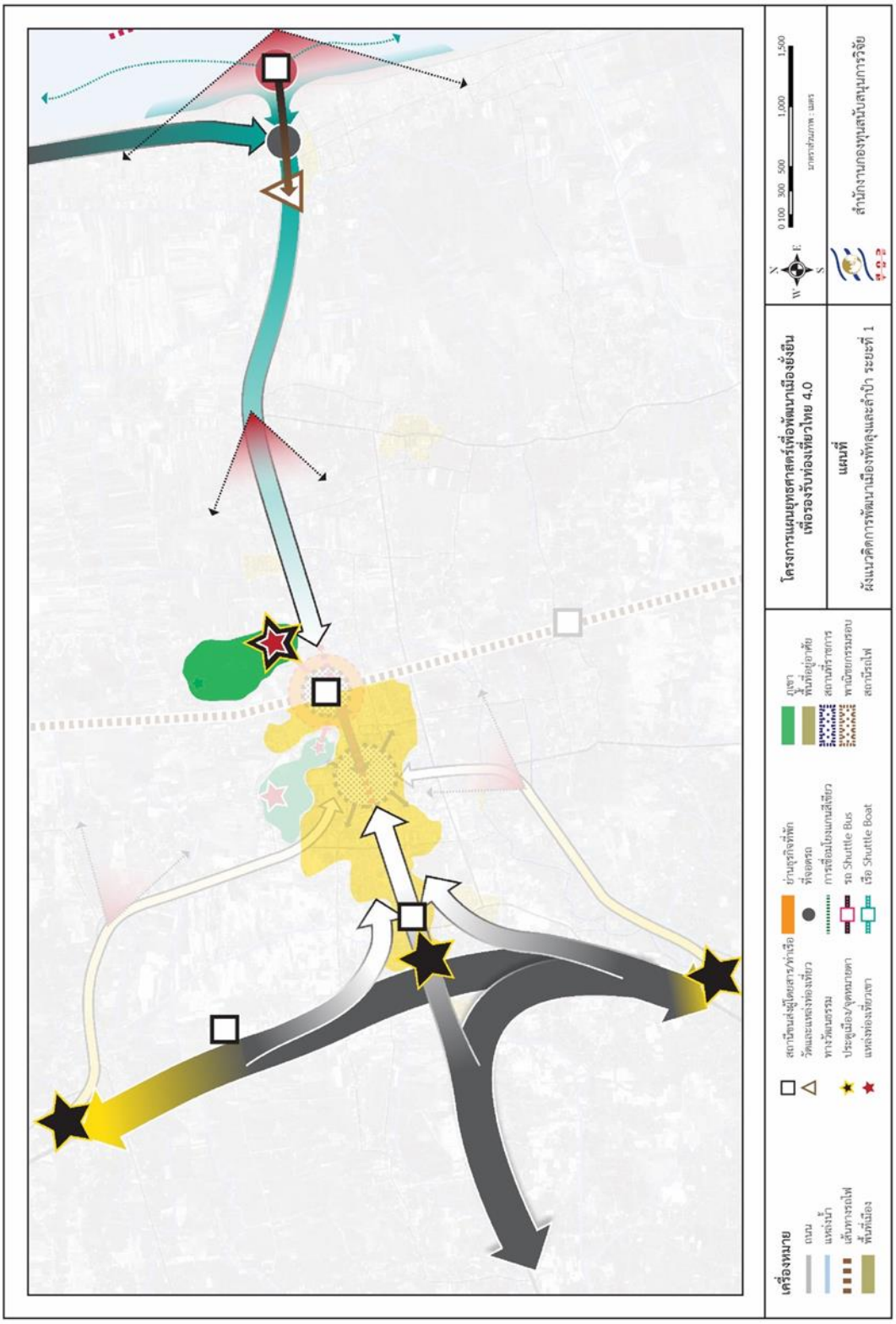
- พัฒนาภูเขาอกทะลุ และเขาหัวแตก เพื่อสร้างกิจกรรม และทำให้คนเข้าเมืองพัทลุงมากขึ้น
- พัฒนาระบบขนส่งเชื่อมต่อกับลำปำ

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 3

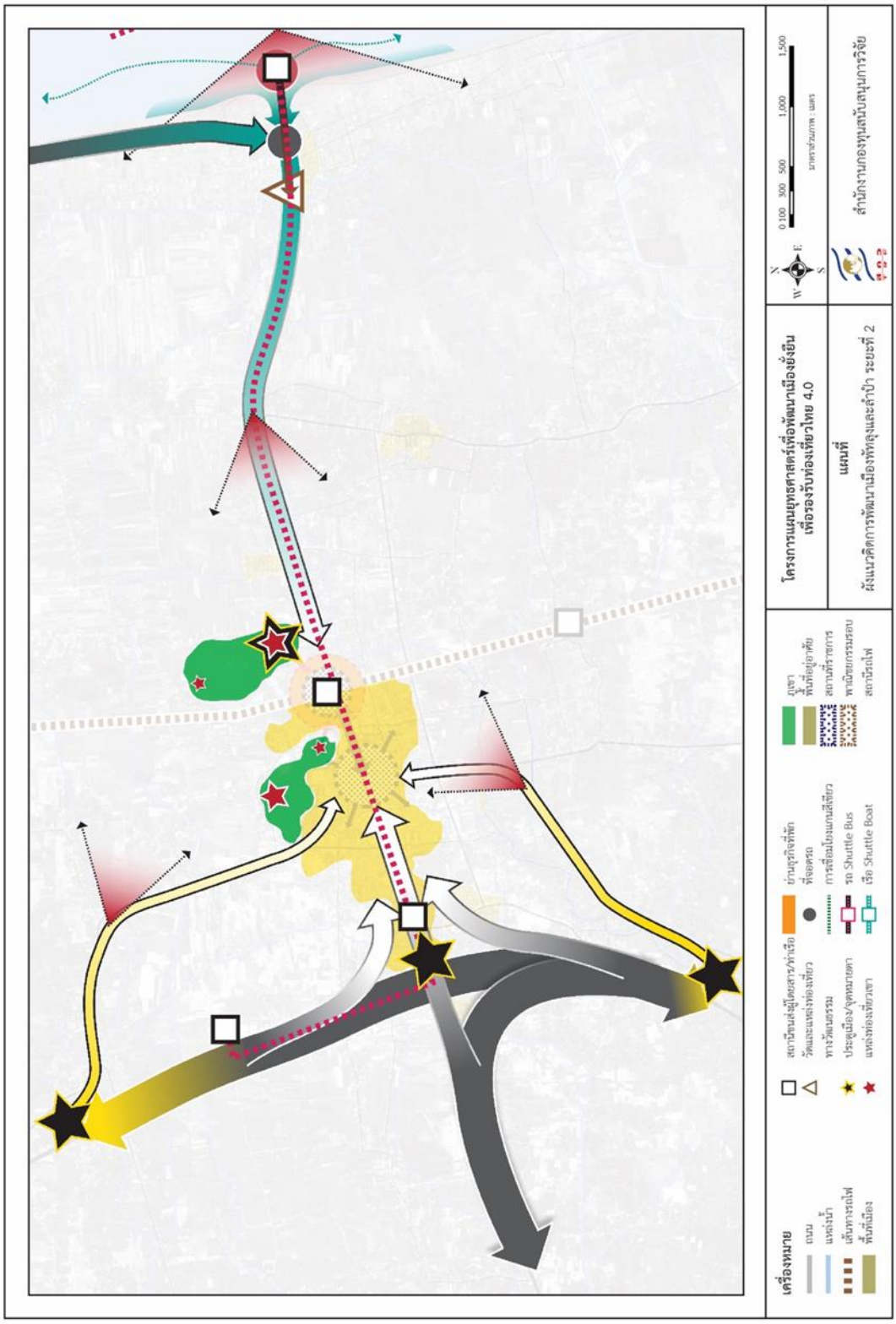
- พัฒนาพื้นที่ลานหน้าศาลากลางเพื่อจัดงานเทศกาลและการแสดง สร้างกิจกรรมทางเลือกในการท่องเที่ยว
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบเมืองพัทลุง เช่น พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชาวพัทลุง

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 4

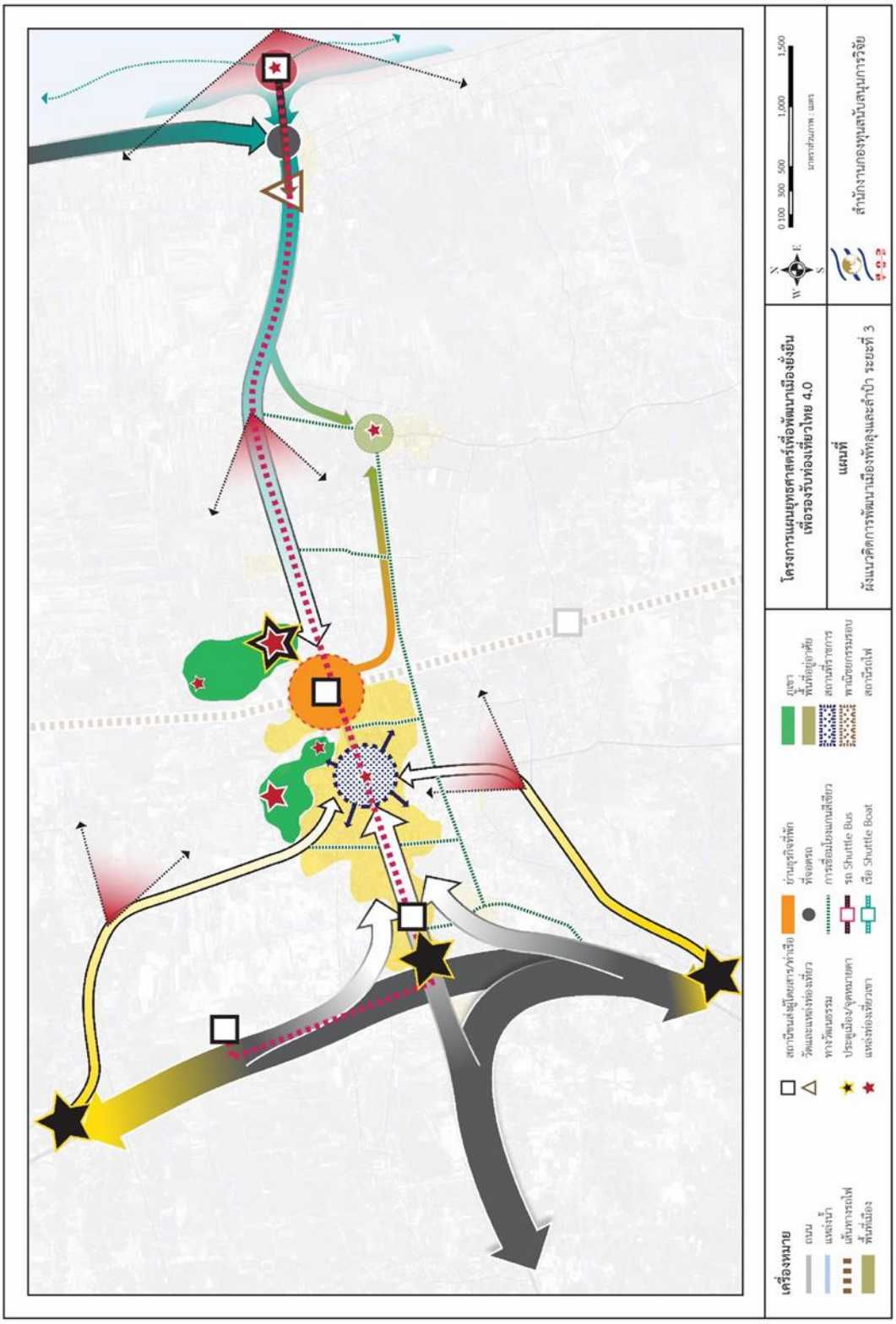
- พัฒนากิจกรรมรอบสถานี การค้าขาย พิพิธภัณฑ์หนังตะลุง จุดแนะนำนักท่องเที่ยว และที่พักรูปแบบ Homestay และ Hostel



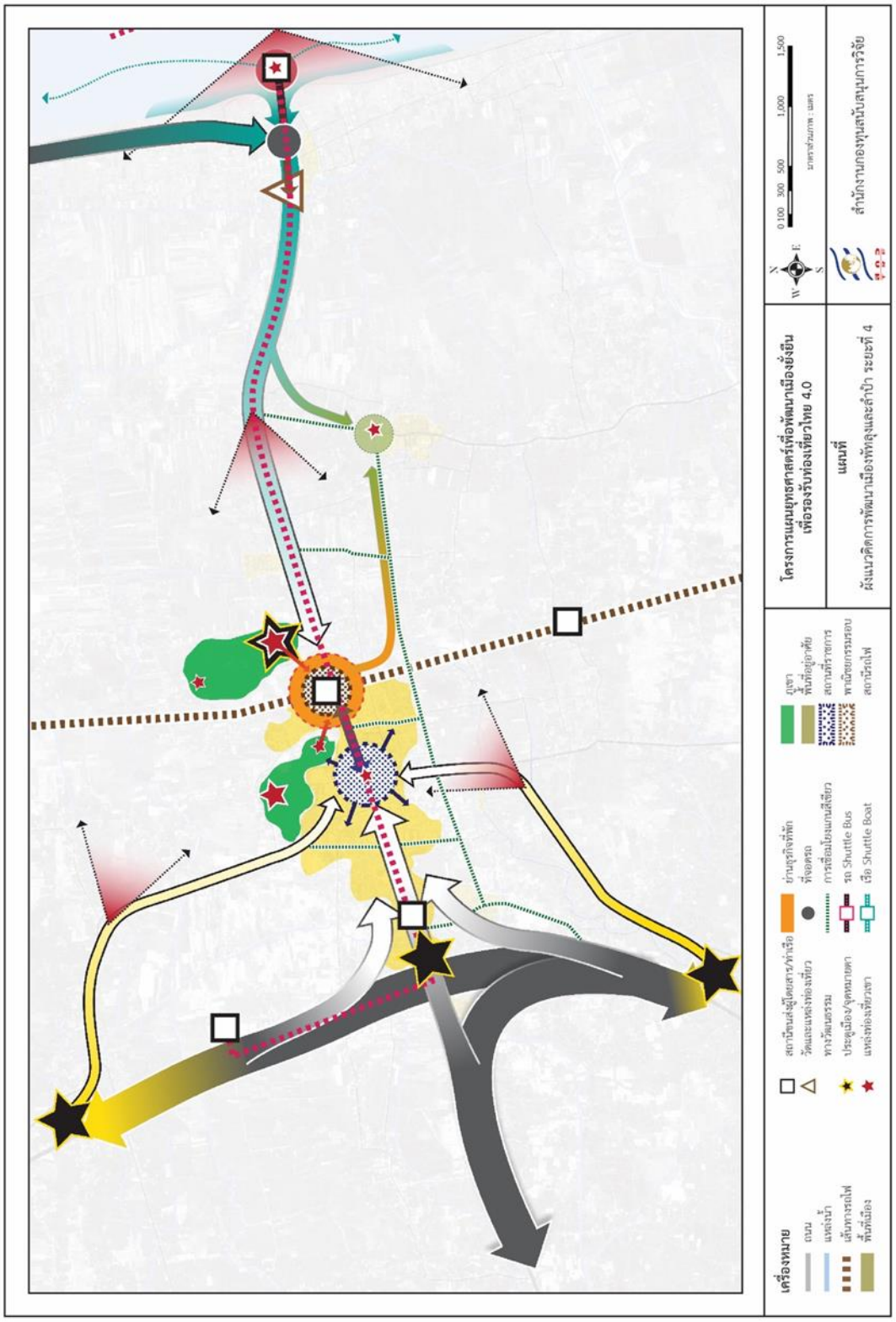
แผนภาพที่ 7-32 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปาง ระยะที่ 1



แผนภาพที่ 7-33 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ ระยะที่ 1



แผนภาพที่ 7-34 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปาง ระยะที่ 3



แผนภาพที่ 7-35 ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปาง ระยะที่ 4

แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง

ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุง

การพัฒนาเมืองพัทลุงนั้นพัฒนาโดยมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้ และระบบขนส่งภายในพื้นที่ให้มีความเชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบ โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

พัฒนาพื้นที่ภูเขาอกทะลุและเขาหัวแตก โดยรองรับกิจกรรมแตกต่างกันดังนี้

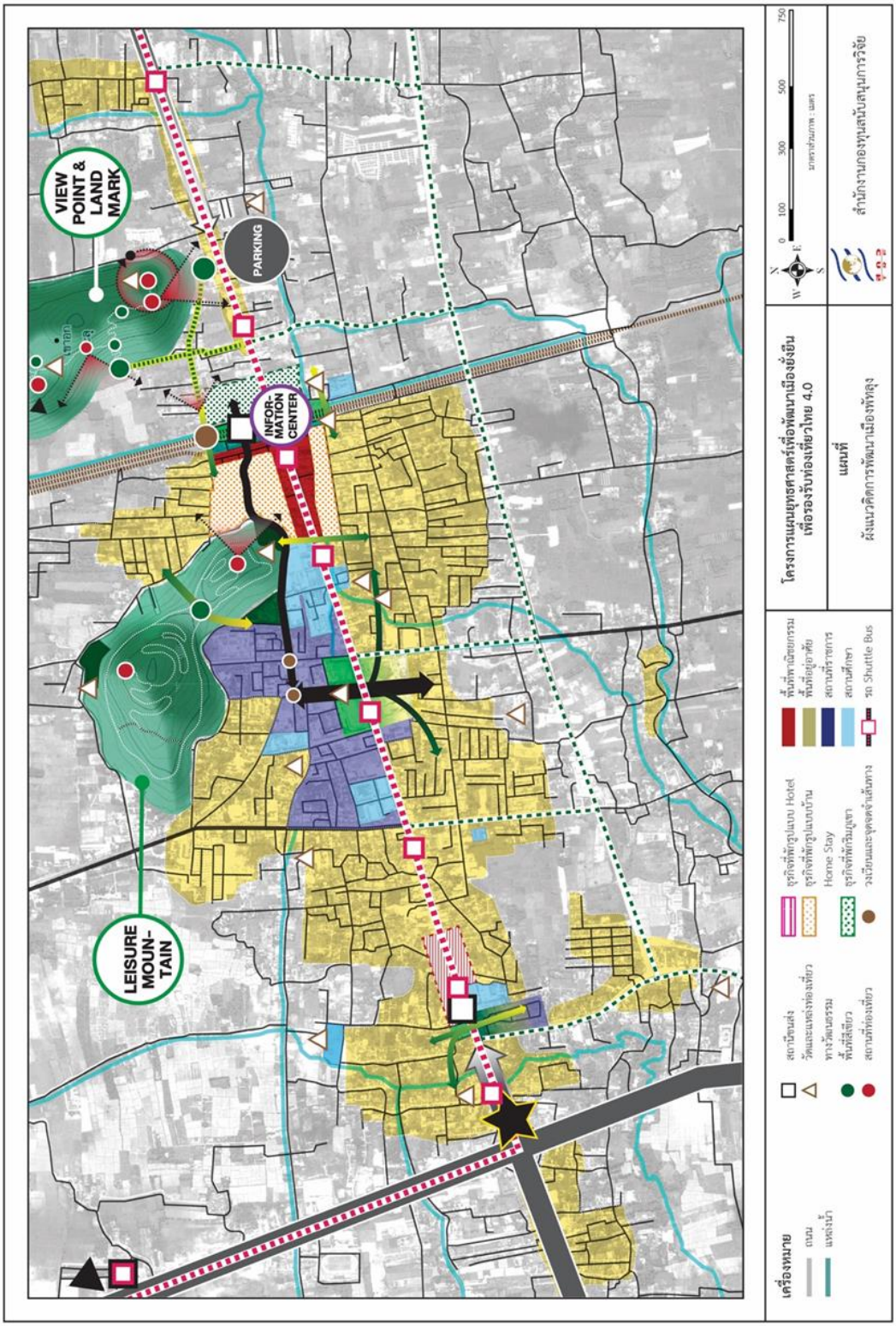
เขาอกทะลุ VIEWPOINT AND LANDMARK

เขาอกทะลุนั้นเป็นภาพจำสำคัญของจังหวัดพัทลุง ดั้งปรากฏในตราประจำจังหวัด ด้วยลักษณะของภูเขาที่มีเอกลักษณ์ และมีความสูงโดดเด่น ทำให้สามารถมองเห็นได้จากหลายจุดในจังหวัดพัทลุง ทำให้เขาอกทะลุ สามารถสะท้อนถึงเมืองพัทลุงได้เป็นอย่างดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น เจดีย์เขาอกทะลุ จุดชมวิวรูเขาอกทะลุ จุดชมวิวเมือง และกระเช้า เป็นต้น

เขาหัวแตก LEISURE MOUNTAIN

ปรับปรุงเขาหัวแตกเพื่อเป็นจุดชมภูเขาอกทะลุ เช่น การการถ่ายรูปเป็นที่ระลึก อีกทั้งรองรับกิจกรรมสำหรับเมืองพัทลุงด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากตำแหน่งของภูเขาอยู่ใจกลางเมืองพัทลุง ง่ายต่อการเข้าถึงใกล้กับย่านที่อยู่อาศัย สถานศึกษาและตลาดมากกว่าเขาอกทะลุ โดยสามารถเชื่อมต่อกับวัดคูหาสวรรค์สร้างคุณค่าและการท่องเที่ยวกระจายสู่แหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ

- พัฒนาศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยว โดยสะดวกทั้งต่อการเชื่อมต่อขนส่งรูปแบบอื่น
- พัฒนาแกนพื้นที่สีเขียว บนถนนคูหาสวรรค์ เพื่อสร้างกิจกรรมรอบภูเขา ฟื้นฟูความสำคัญของภูเขา
- พัฒนาลานหน้าศาลากลาง เพื่อเป็นลานสำหรับจัดเทศกาล และการแสดงของเมืองและผสานเมืองในแนวเหนือใต้ไว้ด้วยกัน
- พัฒนาพื้นที่สาธารณะขนาดเล็ก เพื่อใช้เป็นพื้นที่สาธารณะแก่คนเมือง และผสานพื้นที่แนวเหนือใต้ของถนนราเมศวร์เข้าไว้ด้วยกัน
- พัฒนาพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟ เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์หนังตะลุง ตลาดรถไฟ ร้านอาหาร และธุรกิจที่พักโดยรอบ



รูปที่ 93-7 ตัวอย่างการใช้ระบบสารสนเทศ

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณเขาอกทะลุ – พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง

พัฒนาพื้นที่เขาอกทะลุ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางวัน ด้วยพัฒนาพื้นที่โดยรอบเขา และฟื้นฟูบูรณะเจดีย์เขาอกทะลุที่อยู่บนยอดกลับขึ้นมาอีกครั้ง นอกจากนั้นยังพัฒนาให้เขาอกทะลุเป็นจุดหมายตา ในการรับรู้ถึงตัวเมืองพัทลุงจากพื้นที่โดยรอบทะเลสาบสงขลาในเวลากลางคืน โดยมีการพัฒนาพื้นที่บริเวณตีนเขาเป็นศูนย์ให้ข้อมูลเขาอกทะลุ และบริการช่วยเหลือการขึ้นเขา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินขึ้นเขา นอกจากนั้นยังพัฒนา Chairlift หรือกระเช้าขนาดเล็ก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยให้สามารถขึ้นถึงยอดเขาได้

พื้นที่ภายในภูเขาจะถูกพัฒนาให้มีจุดแวะพักสำหรับผู้ต้องการเดินขึ้นเขาเป็นช่วง ๆ โดยมีการเปิดแนวมองเพื่อชมวิวเมืองพัทลุงตลอดทาง และสามารถรับชมแบบ 360 องศาได้ที่ยอดเขาอกทะลุ พร้อมกับการสักการะเจดีย์เขาอกทะลุ นอกจากนั้นยังเสนอแนะในการติดตั้งไฟทางและองค์ประกอบเมือง เพื่อให้แสงสว่างและนั่งพัก โดยถ่ายทอดจากอัตลักษณ์ของเมืองพัทลุง อีกทั้งไฟทางจะเป็นการทำแนวเส้นทางขึ้นเขาอกทะลุ สามารถรับชมในยามกลางคืนได้อย่างสวยงาม

นอกจากนั้นจะมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ทางเข้าถึงเขาอกทะลุ ให้มีความสะดวกสบาย แสงไฟส่องสว่างสะอาดปลอดภัย และปลูกต้นไม้ให้ร่มเงาแก่ทางเดิน

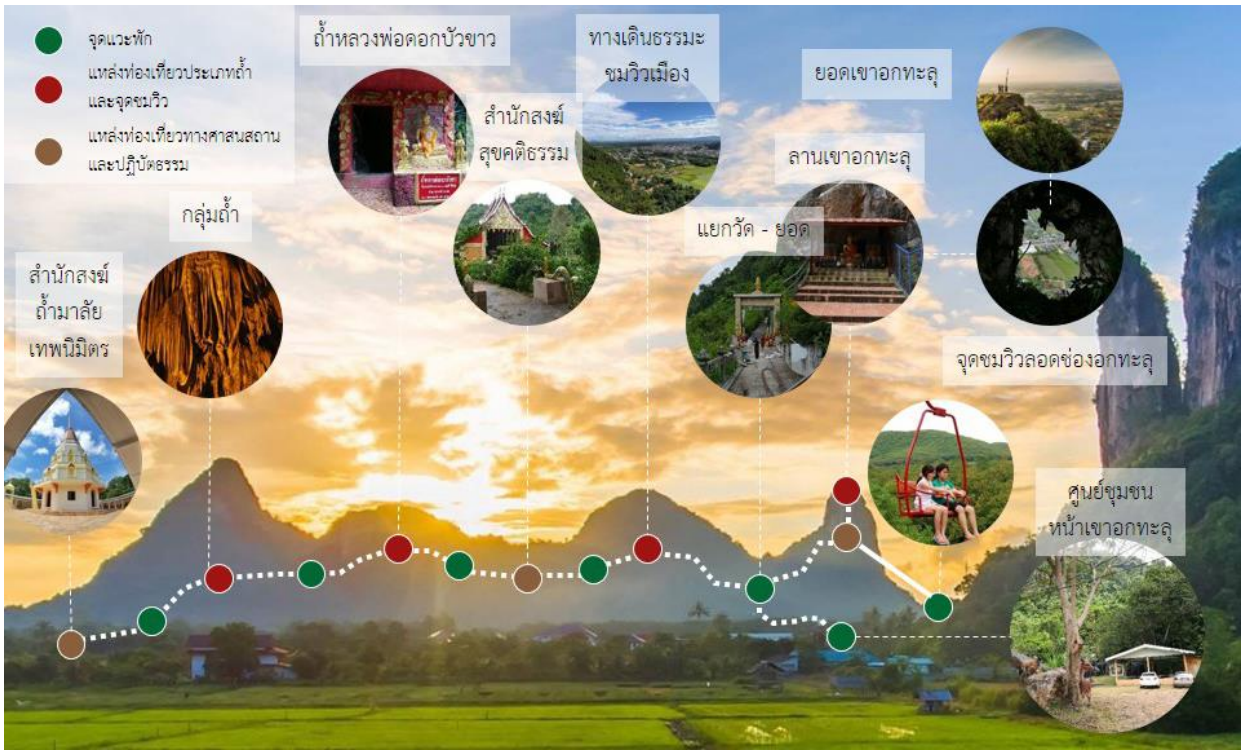


แผนภาพที่ 7-37 ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณอ่าวมะขาม – พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เมืองพัทลุงและชุมชนวิถีเรือง

ภาพจำลองบริเวณเขาอกทะลุ

พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง การพัฒนาเส้นทางภายในเขาอกทะลุ

ในพื้นที่เขาอกทะลุนั้นมีกลุ่มถ้ำตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ และสำนักสงฆ์อีกสองสำนักอยู่ภายในภูเขา เปรียบเสมือนพื้นที่ศึกษาประวัติศาสตร์และพื้นที่พักผ่อน ปฏิบัติธรรม เหมือนการได้หยุดเวลาที่เขาอกทะลุโดยเป็นกิจกรรมทางเลือกให้กับภูเขาอกทะลุ โดยมีการจัดทำป้ายบอกทางและจุดแวะพักภายในภูเขา



แผนภาพที่ 7-38 ภาพจำลองบริเวณเขาอกทะลุ

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณทะเลสาบสงขลา – การติดตั้งแสงไฟและเจดีย์เขาอกทะลุ

มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา)

- การบูรณะแสงไฟของเขาอกทะลุ เพื่อเป็น Landmark ของเมืองพัทลุงในเวลากลางคืน
- ส่งเสริมความสวยงามในทะเลสาบสงขลา และสร้างรายได้ แก่ธุรกิจโดยรอบทะเลสาบ



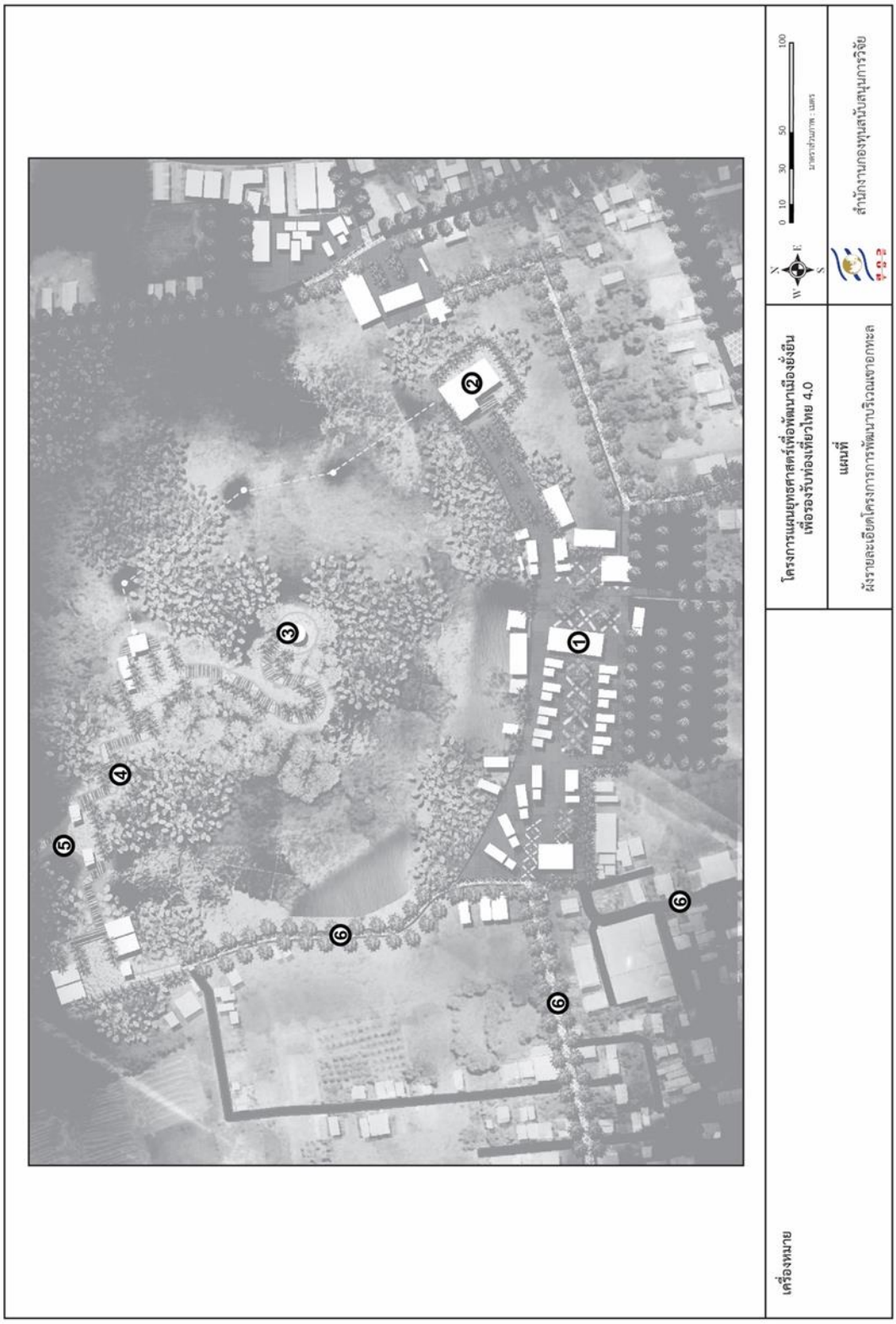
แผนภาพที่ 7-39 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-40 มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา) (ภาพหลัง)

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณเขาอกทะลุ

- โครงการก่อสร้างศูนย์ข้อมูล และบริการนักท่องเที่ยวเขาอกทะลุ
  - ขนาดที่ดิน 24,000 ตรม.
  - ขนาดที่จอดรถ 12,000 ตรม.
  - เวนคืนที่ดินจำนวน 36 แปลง
- โครงการก่อสร้างสถานีกระเช้าห้อยขา (Chairlift) ขนาด 2 คน
  - ขนาดที่ดิน 3,500 ตรม.
  - เวนคืนที่ดินจำนวน 7 แปลง
- โครงการฟื้นฟูบูรณะเจดีย์เขาอกทะลุ และติดแสงไฟ
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์เส้นทาง แสงไฟและจุดพักผ่อนบนเขาอกทะลุ
- โครงการติดแสงไฟภายในถ้ำในเขาอกทะลุ เพื่อชมจิตรกรรม
- โครงการปรับปรุงถนนเข้าเขาอกทะลุ ซอยเจริญดิษฐ์อินทร์



ภาพที่ 7-41 ผังแสดงตำแหน่งที่ตั้งโครงการ

ผังรายละเอียดพื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง – พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล

การพัฒนารอบสถานีรถไฟพัทลุง จะพัฒนาเพื่อเชื่อมต่อวัดคูหาสวรรค์ หรือเขาหัวแตก กับเขาอกทะลุเข้าด้วยกัน โดยมีสถานีรถไฟพัทลุงเป็นตัวกลาง โดยใช้หลักการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟให้มีกิจกรรมผสมผสานรองรับผู้ใช้งานทั้งคนเมืองและนักท่องเที่ยวได้หลากหลายเวลามากยิ่งขึ้น เช่น สวนสาธารณะริมคลองเลียบทางรถไฟ ตลาดรถไฟ ร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก และพิพิธภัณฑ์หนังตะลุง ที่จะมีการปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่การแสดงหนังตะลุงในช่วงเวลากลางคืนได้

นอกจากนั้นจะมีปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนคูหาสวรรค์ที่เชื่อมต่อสู่วัดคูหาสวรรค์ให้มีการเปิดโล่งมากยิ่งขึ้น และปรับภูมิทัศน์ภายในวัดและเขาหัวแตก ให้สามารถกระจายตัวกับพื้นที่ตีนเขาโดยรอบเขาหัวแตกได้ เขาหัวแตกจะถูกพัฒนาเพื่อรับชมเขาอกทะลุ และรองรับกิจกรรมพักผ่อนของคนเมือง เช่น วิ่งเทรล เป็นต้น

แผนที่ 7-42 ผังรายละเอียดพื้นที่ท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสถานีรถไฟพัทลุง ตำบลท่าแค อำเภอเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง

ภาพทัศนียภาพพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ – พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล

แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางวัน)

- จัดทำสวนสาธารณะเลียบทางรถไฟ และทางข้ามคลอง เพื่อการเชื่อมต่อสองฝั่ง
- หอศิลป์หนังตะลุง สำหรับชมเรื่องราวความเป็นมาของหนังตะลุง และเป็นการสร้างกิจกรรม เปิดสู่แกนเขาอกทะลุ
- พัฒนาเขาอกทะลุ และบูรณะเจดีย์ เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเมืองพัทลุง



แผนภาพที่ 7-43 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-44 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางวัน) (ภาพหลัง)

ภาพทัศนียภาพพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ – พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล

แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน)

- จัดทำสวนสาธารณะเลียบทางรถไฟเพื่อสวนสำหรับนั่งพัก และนั่งปิกนิกจากตลาดบริเวณสถานีรถไฟ
- หอศิลป์หนังตะลุง จัดแสดงหนังตะลุง ฟื้นฟูเอกลักษณ์ของพัทลุง และสร้างกิจกรรมรอบสถานี
- จัดตั้งแสงไฟเขาอกทะลุ เปลี่ยนบทบาทจากแหล่งท่องเที่ยวเป็น Landmark ของเมืองพัทลุงและลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



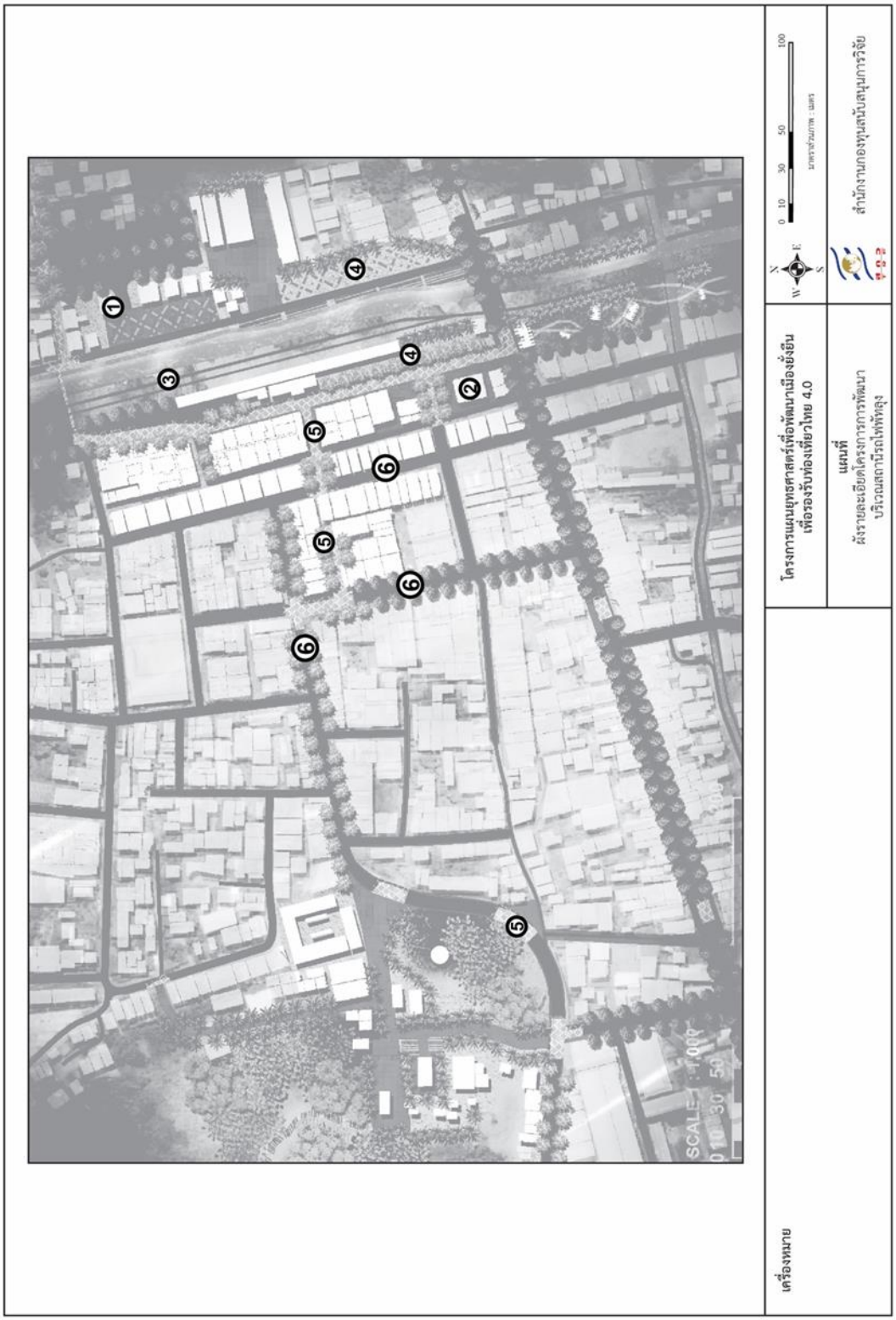
แผนภาพที่ 7-45 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-46 แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน) (ภาพหลัง)

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ

- โครงการก่อสร้างพิพิธภัณฑ์หนังตะลุง และมโนราห์
  - ขนาดที่ดิน 9,000 ตรม.
  - ขนาดที่จอดรถ 6,000 ตรม.
  - เวนคืนที่ดินจำนวน 11 แปลง
- โครงการก่อสร้างศูนย์ข้อมูลและบริการนักท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง
  - ขนาดที่ดิน 2,000 ตรม.
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์สวนสาธารณะริมคลองเลียบทางรถไฟ
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณตลาดโต้รุ่ง หน้าสถานีรถไฟ บริเวณลานหน้าโรงเรียนเทศบาลจุ่งฮั้ว
- โครงการปรับปรุงลานหน้าสถานีรถไฟ และตัดถนนซอย
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ ถนนคูหาสวรรค์ และถนนนิวาส
- โครงการพัฒนาทางข้ามถนนคูหาสวรรค์



แผนภาพที่ 7-47 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่ชุดหาสารรค์และสถานีรถไฟ

ผังรายละเอียดพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันตรายฯ – พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง

การพัฒนาพื้นที่หน้าศาลากลางของจังหวัดพัทลุงนั้นรองรับการจัดงานเทศกาลของเมืองพัทลุง โดยปัจจุบันพื้นที่ลานหน้าศาลากลางนั้นไม่ได้รับการใช้งานเต็มศักยภาพ อีกทั้งทำให้พื้นที่ราชการแยกตัวออกจากเมือง การปรับปรุงภูมิทัศน์ลานหน้าศาลากลางจึงถูกแยกออกเพื่อเป็นสวนสาธารณะของคนเมืองพัทลุงที่มาใช้งานโรงพยาบาล และสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่จัดงานเทศกาล นิทรรศการกลางแจ้งได้ ในขณะที่พื้นที่อีกส่วนจะถูกใช้งานในการเป็นสนามกีฬาของจังหวัดพัทลุงดั้งเดิม

นอกจากนั้นจะมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนเข้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ ให้เอื้อแก่การเดินเท้า เพื่อเชื่อมการเดินเท้าเข้ากับโรงพยาบาลผ่านถนนราเมศวร์ และสร้างความสง่าแก่พระพุทธนิรโรคันฯได้อีกด้วย ในส่วนของถนนราเมศวร์จะปรับปรุงภูมิทัศน์ด้วยการขยายทางเท้าและต้นไม้ ให้คนสามารถใช้งานได้สะดวกยิ่งขึ้น ปรับการเดินรถเป็นการเดินรถทางเดียว เพื่อให้การเดินข้ามถนนของผู้ใช้งานโรงพยาบาลสะดวกยิ่งขึ้น และพื้นที่ลานหน้าศาลากลาง และโรงพยาบาล จะกลายเป็นพื้นที่ใจกลางของเมืองพัทลุง ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ใช้งานโรงพยาบาลทั้งคนชรารวมถึงโรงเรียนโดยรอบสามารถใช้งานพักผ่อน อีกทั้งการขึ้นรถได้สะดวกยิ่งขึ้น

แผนภาพที่ 7-48 ผังรายละเอียดพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิโรโรค้นใๆ – พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง

ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันตรายฯ – พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง

พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ

- จัดทำพื้นที่ทางเท้าต่อเนื่อง เพื่อสะดวกต่อการเดินเท้า ขี่จักรยาน เพื่อการท่องเที่ยว และเชื่อมต่อกับโรงพยาบาลพัทลุง
- เปิดแกนอเนกประสงค์สู่พระพุทธนิรโรคันตรายฯ เพื่อการถ่ายรูป และจัดงาน โดยมีฉากหลังเป็นเขาหัวแตกอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของพัทลุง
- ปรับสนามหญ้า เป็นสวนสาธารณะเพื่อรองรับกิจกรรมของคนเมืองพัทลุง เช่น การออกกำลังกาย



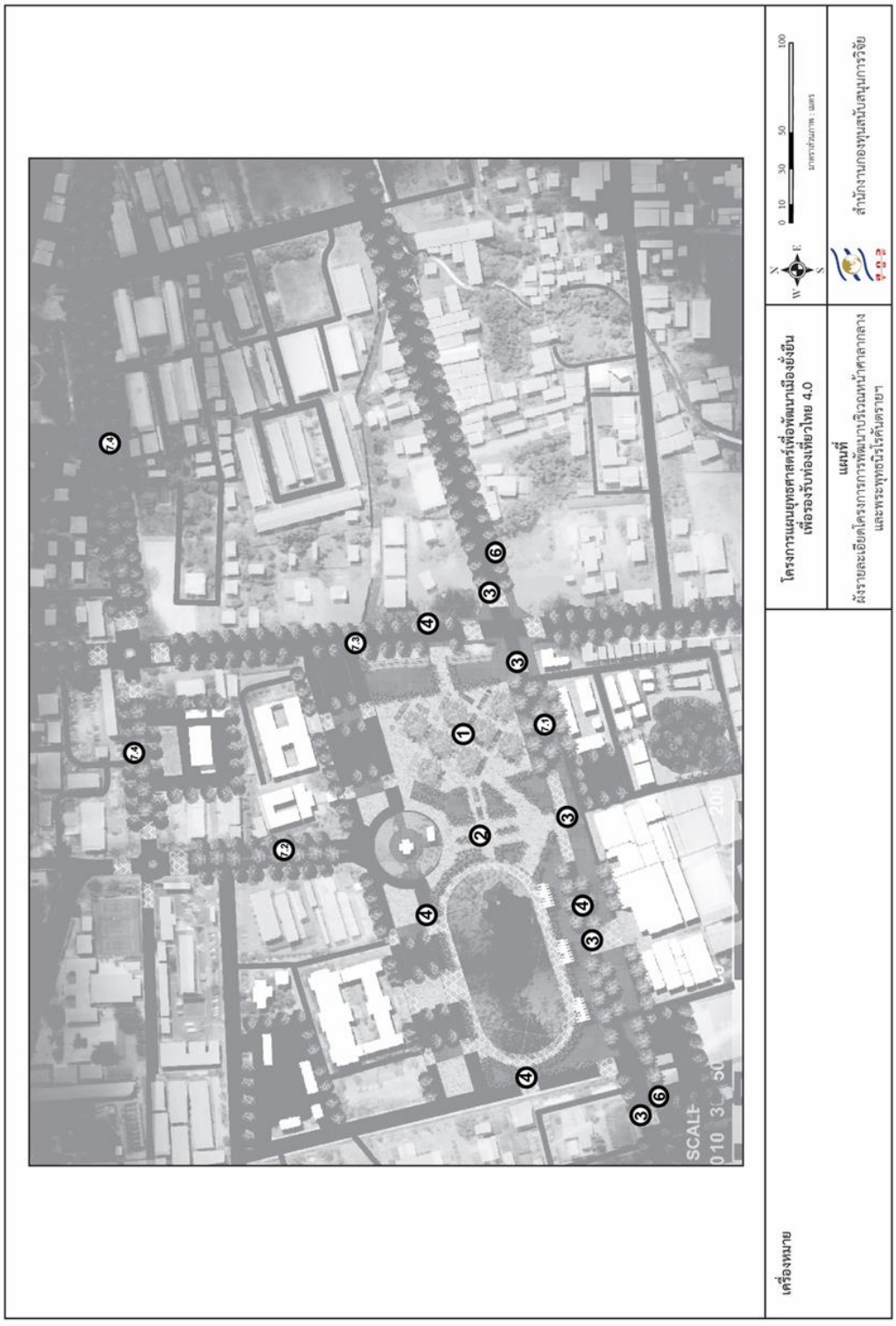
แผนภาพที่ 7-49 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-50 พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันตรายฯ (ภาพหลัง)

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันตรายฯ

- โครงการก่อสร้างสวนสาธารณะลานการเรียนรู้หนังตะลุง – อเนกประสงค์
  - ขนาดที่ดิน 18,000 ตรม.
- โครงการก่อสร้างลาน พระพุทธนิรโรคันตรายฯ
- โครงการก่อสร้างทางข้ามคนเดิน ข้ามถนนราเมศวร์
- โครงการจัดการเส้นทางการเดินรถภายในศูนย์ราชการ เพื่อเดินรถทางเดียว
- โครงการจัดทำ Shuttle Bus เชื่อมต่อจากสถานีขนส่งพัทลุงถึงพื้นที่ลำปำ
- โครงการก่อสร้างสถานีจอดรถ Shuttle Bus
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา
  - ถนนราเมศวร์
  - ถนนช่วยทุกขราษฎร์
  - ถนนยุติธรรม
  - ถนนคูหาสวรรค์



แผนภาพที่ 7-51 รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันตา

แนวคิดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำ

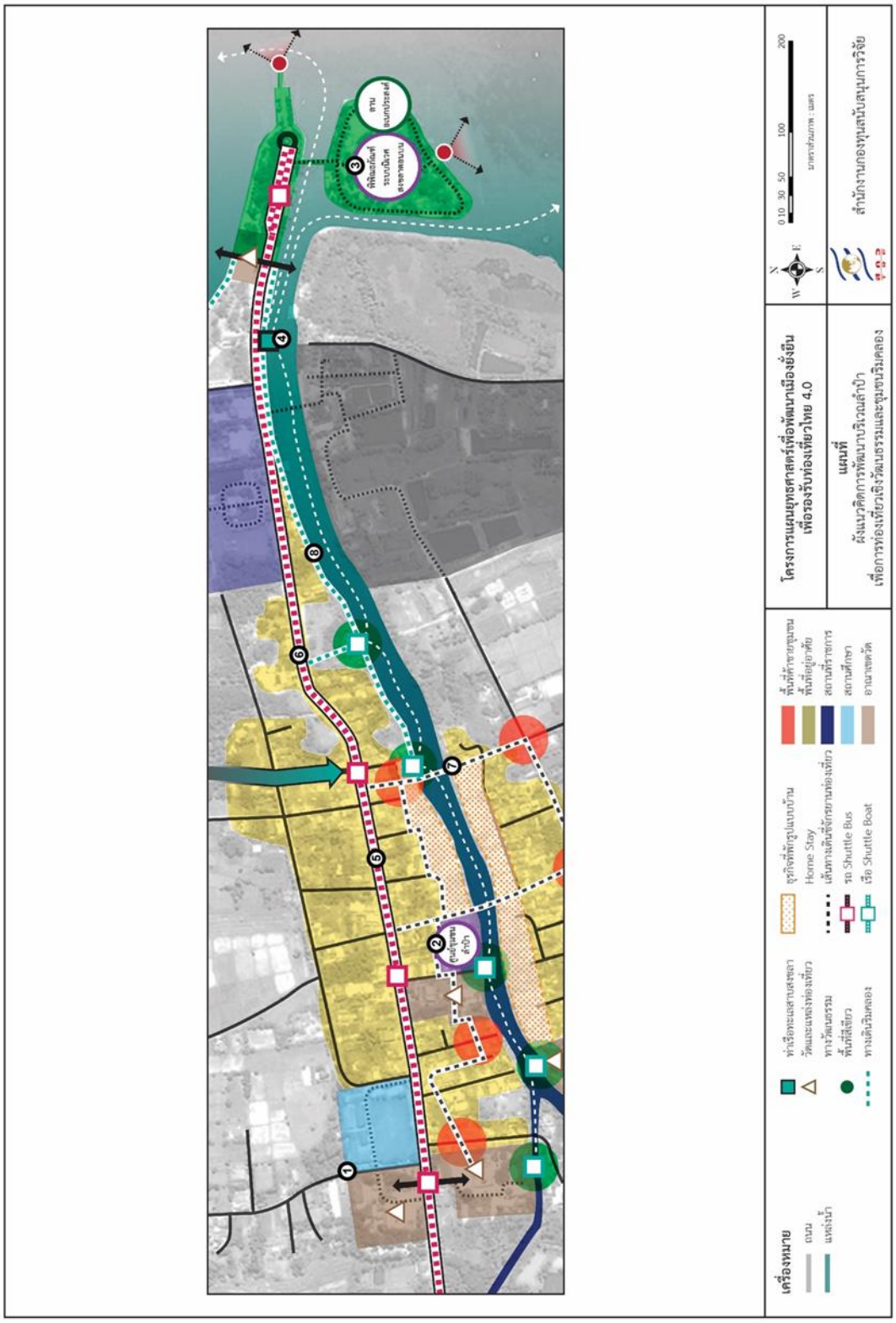
ผังแนวคิดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำ

การพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำนั้นจะปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง โดยใช้ศักยภาพของการติดทะเลสาบสงขลา การมีชุมชนขนาดเล็กและโบราณสถานให้พื้นที่ โดยมีการพัฒนาดังนี้

- พัฒนาพื้นที่เชื่อมระหว่างวัดวัง และวัดวิหารเบิก เพื่อเป็นประตูต้อนรับสู่บริเวณลำปำ
- พัฒนาศูนย์ชุมชนลำปำ เพื่อเป็นจุดจอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ สามารถเช่าจักรยานเพื่อท่องเที่ยวภายในชุมชนได้ อีกทั้งเป็นพื้นที่ค้าขายของคนในชุมชน
- พัฒนาพิพิธภัณฑ์ระบบนิเวศทะเลสาบสงขลาตอนบน เพื่อแสดงถึงความหลากหลายของระบบนิเวศภายในจังหวัดพัทลุง เช่น โลมาอิรวดี ควายน้ำ นกนางแอ่น เป็นต้น
- พัฒนาเส้นทางเรือภายในคลองลำปำ และภายในทะเลสาบสงขลา สร้างการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งรูปแบบอื่น
- พัฒนาถนนอภัยบริรักษ์ ให้มีความร่มรื่นและน่าเดิน ด้วยการปลูกต้นไม้ให้ร่มเงา
- สนับสนุนการปรับเปลี่ยนบ้านริมคลองลำปำ เป็นธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ริมน้ำ หรือร้านอาหารเป็นต้น

นอกจากนั้นด้วยลักษณะของพื้นที่ลำปำที่มีความยาวขนานไปกับคลองลำปำ ทำให้จำเป็นต้องพัฒนาทางเลือกในการเดินทางเพิ่มเติมในพื้นที่ ดังนี้

- เส้นทางรถ Shuttle Bus เพื่อเชื่อมต่อกับเมืองพัทลุง และภายในพื้นที่ โดยจุดจอดรถมีความสัมพันธ์กับวัดวัง ศูนย์ชุมชน เส้นทางรถเลียบทะเลสาบ และหาดแสนสุข
- เส้นทางรถจักรยาน เนื่องจากบริเวณลำปำ มีความยาว และแม่น้ำตัดผ่าน ทำให้ต้องเดินเป็นระยะทางไกล การใช้จักรยานจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม สามารถเลาะชุมชนได้ เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดขึ้นภายในพื้นที่ชุมชน
- เส้นทางเดินริมคลองลำปำ พัฒนาทางเดินริมคลองลำปำ เพื่อสร้างการสัมผัสกับวิถีริมคลองลำปำ และปรับหน้าอาคารกลับสู่แม่น้ำ



ภาพที่ 7-52 ตัวอย่างการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง

ด้วยศักยภาพดั้งเดิมของลำปำนั้นจะมี ศักยภาพในเชิงกายภาพทั้งการติดพื้นที่ริมคลองลำปำ และทะเลสาบสงขลา แต่ยังขาดการสนับสนุนกิจกรรม และโครงข่ายที่เหมาะสม การปรับปรุงพื้นที่จึงมุ่งเน้นการพัฒนาโครงข่ายและปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อรับชมทัศนียภาพ และการเข้าถึงพื้นที่ เช่น ชุมชน วัด วัง เป็นต้น



แผนภาพที่ 7-53 ตำแหน่งสถานที่สำคัญในแผนที่ ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง

แผนที่ 7-5 ตัวอย่างการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณโดยรอบพื้นที่ศึกษาและพื้นที่ต่อเนื่องในเขตเทศบาลนครเชียงราย

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง

พื้นที่บริเวณคลองลำปำ วัดวัง - ศูนย์ชุมชน

- บ้านภายในชุมชนสามารถปรับเปลี่ยนเป็น Homestay และหันหน้าเข้าสู่คลองได้
- สะพานข้ามคลอง สามารถกลายเป็นจุดชมวิว คลองลำปำได้ เพื่อมองภูเขาอกทะลุ
- สามารถนั่งเรือภายในคลองลำปำ เพื่อชมวิถีริมคลอง และศาสนสถานของลำปำได้
- พัฒนาศูนย์ชุมชน เพื่อให้ข้อมูล และเป็นจุดจอดรถ และจุดเช่าจักรยาน



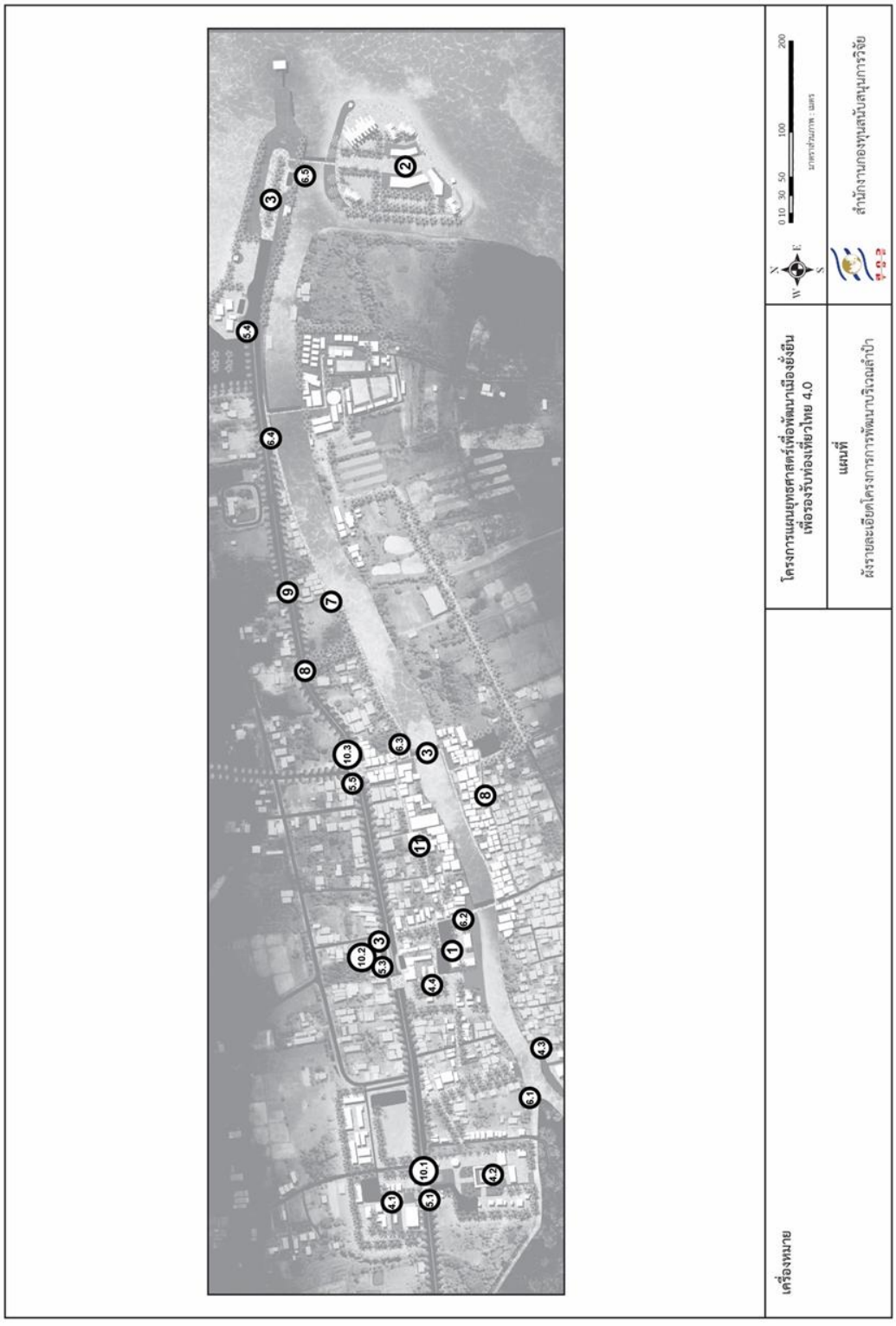
แผนภาพที่ 7-55 พื้นที่บริเวณคลองลำปำ – วัดวัง – ศูนย์ชุมชน (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-56 พื้นที่บริเวณคลองลำปำ – วัดวัง - ศูนย์ชุมชน (ภาพหลัง)

รายละเอียดโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำปำ – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง

- โครงการก่อสร้างศูนย์ชุมชนลำปำ บริเวณติดคลองลำปำ
    - ขนาดที่ดิน 3,700 ตารางเมตร
    - พื้นที่จอดรถขนาด 1,500 ตารางเมตร
    - เวนคืนที่ดินจำนวน 7 แปลง
- ศูนย์การเรียนรู้ระบบนิเวศทะเลสาบสงขลาตอนบน บริเวณเกาะลำปำ และปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบ
- โครงการทำสะพานจักรยานข้ามคลองลำปำ บริเวณจุดตัดถนนอภัยบริรักษ์ และถนนปากประ
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณวัดวัง วัดวิหารเบิก วัดยางงาม และพิพิธภัณฑ์วังเจ้าเมืองพัทลุง
- โครงการพัฒนาสถานีจอดรถ Shuttle Bus ทั้งหมด 6 จุด ได้แก่
    - หน้าวัดวัง และวัดวิหารเบิก 2 จุด
    - หน้าพิพิธภัณฑ์วังเจ้าเมืองพัทลุง 2 จุด
    - บริเวณจุดตัดกับถนนปากประ 1 จุด
    - บริเวณหน้าหาดแสนสุข
- โครงการพัฒนาเรือ Shuttle Boat ในคลองลำปำ และทะเลหลวง และจุดจอดเรือ Shuttle Boat
- โครงการพัฒนาทางเดินเลียบริมคลองลำปำ
- โครงการพัฒนาเส้นทางจักรยานถนนอภัยบริรักษ์
    - รูปแบบแบ่งพื้นที่ทางจักรยาน ห้ามจอดรถ ขนาด 1.5 เมตร
- โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนอภัยบริรักษ์
    - ปลูกต้นไม้สองฝั่งแนวถนนอภัยบริรักษ์ เพื่อเพิ่มร่มเงาแก่การเดินเท้าและจักรยาน
    - ปรับปรุงฟุตบาทสองฝั่งแนวถนนอภัยบริรักษ์
- โครงการปรับปรุงทางข้ามถนน ทั้งหมด 3 จุด ได้แก่
    - ทางข้ามหน้าวัดวัง และวัดวิหารเบิก
    - ทางข้ามหน้าพิพิธภัณฑ์วังเจ้าเมืองพัทลุง
    - ทางข้ามถนนอภัยบริรักษ์บริเวณจุดตัดกับถนน ปากประ
- โครงการตัดถนนภายในบริเวณชุมชนลำปำ



ที่มา: ผังรายละเอียดโครงการพัฒนาบริเวณลำน้ำปิง – บริษัทที่ปรึกษาผังเมืองและสิ่งแวดล้อม จำกัด, 2559

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เกษตรโดยรอบเมืองพัทลุง – พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชาวพัทลุง

ถนนมโนราห์ ใกล้วิทยาลัยนาฏศิลป์พัทลุง

- พัฒนาศูนย์การเรียนรู้วิถีชาวพัทลุง โดยออกแบบแสดงความสัมพันธ์ “เขา นา เล” อันเป็นเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐานของพัทลุง อีกทั้งมีการสร้าง พัง หรือบ่อ อันเป็นความสัมพันธ์ของชุมชนและแหล่งน้ำในอดีต
- โดยเปิดพื้นที่สามารถรับชมเขาอกทะลุ อันเป็น Landmark ของเมืองพัทลุงได้
- อาคารของศูนย์การเรียนรู้ นำลักษณะของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของพัทลุงมาออกแบบ เช่น ขนำ (ชาวเขา) ศาลา และเจาะช่องเปิด



แผนภาพที่ 7-58 ภาพทัศนียภาพพื้นที่เกษตรโดยรอบเมืองพัทลุง – พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชาวพัทลุง

องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

จังหวัดพัทลุงนั้นมีเอกลักษณ์ของการมีหนังตะลุงในพื้นที่ โดยผ่านการตีความหนังตะลุงออกมาเป็น 2 อย่าง สำคัญ เพื่อนำเสนอการแสดงหนังตะลุงที่จะปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลากลางวันและเวลากลางคืน โดยเวลากลางวันจะใช้การย้อมสีที่สดใส โดยหนังตะลุงของพัทลุงนั้นนิยมใช้สีเพียง 5 สี สีขาว แดง เหลือง เขียว และน้ำเงิน และช่วงเวลากลางคืนนั้นหนังตะลุง จะเป็นการแสดงที่เล่นกับแสงและเงา โดยถอดลวดลายการฉลุหนังตะลุงออกมาเป็นช่องแสง

อีกอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง คือการมีภูเขาสูงตระหง่าน ทำให้ภาพเส้นขอบฟ้าของภูเขา จะเป็นอีกสิ่งที่น่าจดจำในการท่องเที่ยวพัทลุง โดยนำรูปแบบความโค้งของภูเขาลดทอนออกมาเป็นลวดลายคลื่น และยังสามารถแสดงถึงการเป็นเมืองริมทะเลสาบสงขลา ทะเลน้อยได้อีกด้วย นอกจากนั้นจะเลือกใช้วัสดุด้วยหิน และกระจก เพื่อสร้างความกลมกลืนกับภูเขาและทะเลสาบในพื้นที่



แผนภาพที่ 7-59 ภาพการแสดงอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง

การออกแบบองค์ประกอบเมืองทางด้านศิลปะจึงนำ 3 อัตลักษณ์ที่สำคัญมาออกแบบ เพื่อสร้างทางเลือกให้กับองค์ประกอบของเมืองทางด้านศิลปะ ผ่านอนุสาวรีย์ 3 รูปแบบได้แก่

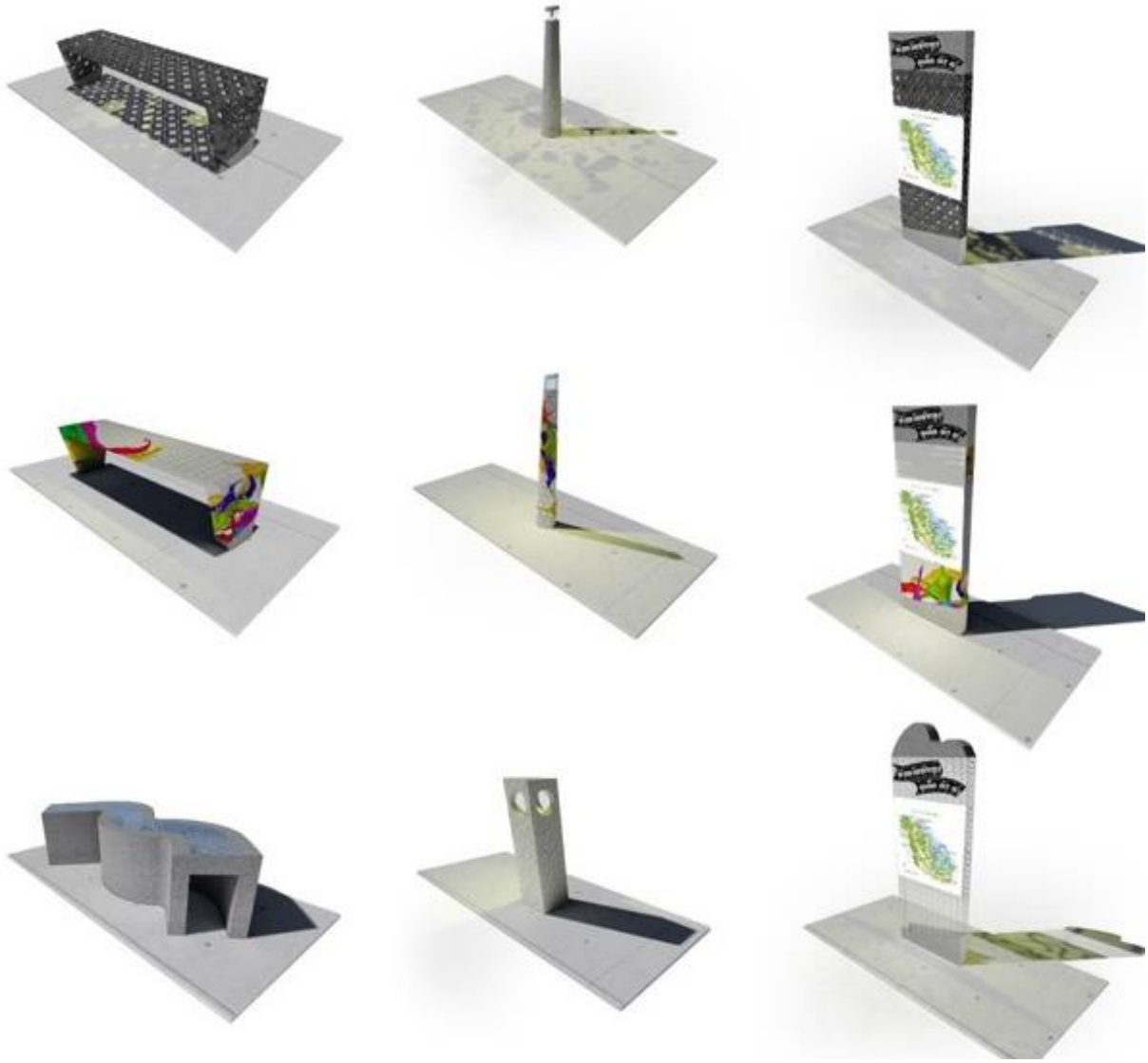
- อนุสาวรีย์ควาย สะท้อนถึงวิถีเกษตรกรรม การดำนำ และข้าวสังข์หยด
- อนุสาวรีย์ปลาโลมาอิรวดี สะท้อนถึงเมืองลำปำและทะเลสาบสงขลา และแหล่งอยู่อาศัยของปลาโลมาอิรวดี
- อนุสาวรีย์นกพับ สะท้อนถึงทะเลน้อย เกาะสี่ เกาะห้า แหล่งชมนกอันมีระบบนิเวศที่อุดมสมบูรณ์



แผนภาพที่ 7-60 การออกแบบองค์ประกอบเมืองทางด้านศิลปะ

การออกแบบองค์ประกอบเมืองด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นั้นพัฒนาทั้งหมด 4 อย่างได้แก่

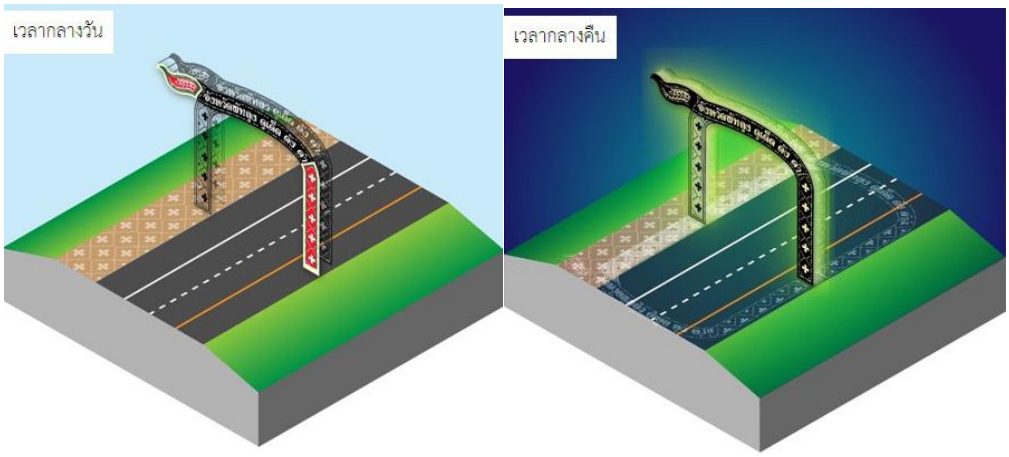
- ม้านั่งพักผ่อน เพื่อใช้ในพื้นที่เมืองพัทลุง สวนสาธารณะหรือภายในภูเขา
- ไฟทาง เพื่อใช้ในการให้แสงสว่าง และเป็นการจัดแสดงไฟให้กับภูเขาอีกด้วย
- ป้ายบอกทาง เพื่อใช้ในการเดินทางภายในเมืองพัทลุง และภายในภูเขา
- ประตูเมืองพัทลุง เพื่อสร้างการรับรู้ถึงเมืองพัทลุงจากถนนเพชรเกษม



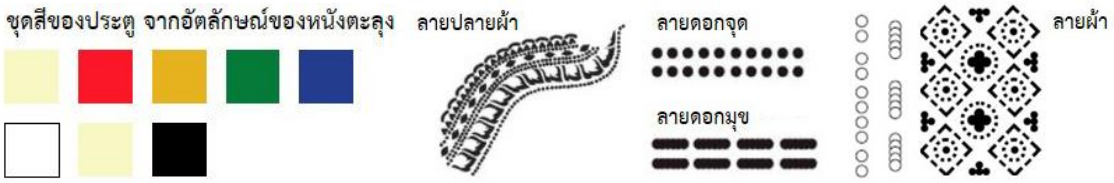
แผนภาพที่ 7-61 การออกแบบองค์ประกอบเมืองด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การพัฒนาประตูเมืองพัทลุงบริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41

การนำอัตลักษณ์ของหนังตะลุง ซึ่งสัมพันธ์กับช่วงเวลากลางวัน กลางคืนมาออกแบบประตูเมือง โดยนำลวดลายหนังตะลุงมาออกแบบเช่น ลายดอกจุด ลายดอกมุข ลายผ้า และลายปลายผ้าเป็นต้น ในช่วงเวลากลางวันจะสามาถรับชมประตูเมืองด้วยสีสันแบบหนังตะลุง และใช้เวลากลางคืนจะสามารถมองเห็นป้ายผ่านแสดงไฟที่ลอดทะลุช่องแสงออกมา



แผนภาพที่ 7-62 การพัฒนาประตูเมืองพัทลุงบริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41

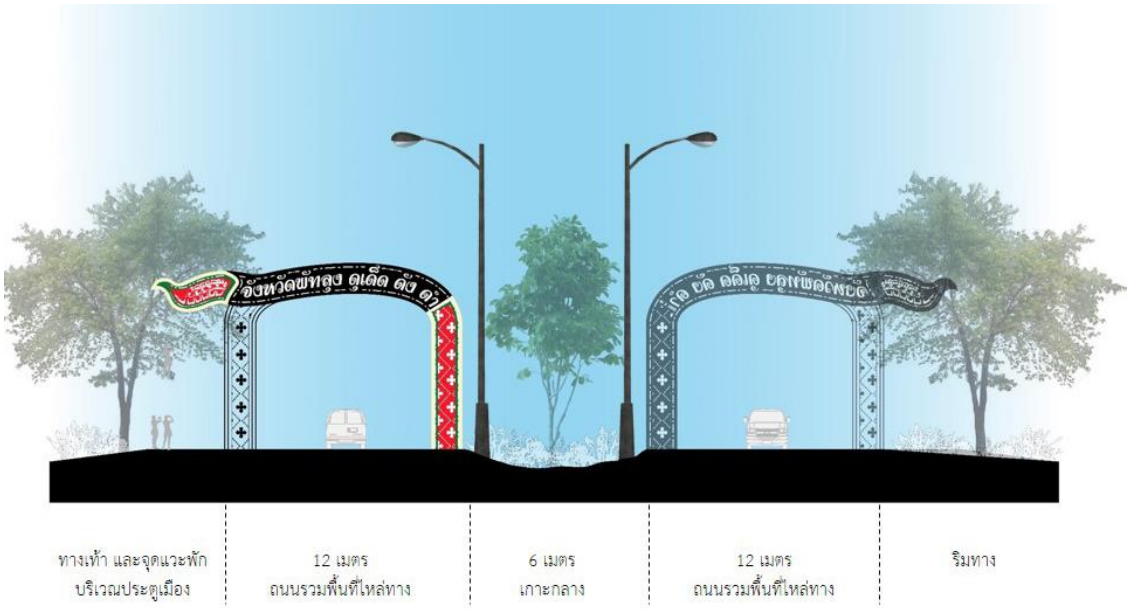


แผนภาพที่ 7-63 ชุดสีและลวดลายจากอัตลักษณ์ของหนังตะลุง

รูปตัดบริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41 – การพัฒนาประตูเมืองพัทลุง

พื้นที่บริเวณคลองหลาและคลองท่าโพธิ์

รูปตัดแสดงตำแหน่งของประตูเมืองพัทลุง พร้อมทางจักรยานที่จะพัฒนาควบคู่ ในการนำเสนอการออกกำลังกายและกิจกรรมผาดโผน (เด็ด) ในจังหวัดพัทลุง และมีจุดแวะพักใกล้กับประตูเมือง เพื่อถ่ายรูปหรือแวะพัก



แผนภาพที่ 7-64 รูปตัดพื้นที่บริเวณคลองหลาและคลองท่าโพธิ์

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41 – การพัฒนาประตูเมืองพัทลุง

ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา

- การปรับปรุงพื้นที่ทางเท้า ทางจักรยาน และจุดแวะพัก
- การติดตั้งประตูเมืองพัทลุง เพื่อสร้างการรับรู้ ถึงเมืองพัทลุง โดยนำอัตลักษณ์มาเป็นรูปแบบประตู



แผนภาพที่ 7-65 ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา (ภาพก่อน)



แผนภาพที่ 7-66 ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา (ภาพหลัง)

สรุปและอภิปราย

ความท้าทายของการพัฒนาและออกแบบเมืองพัทลุงให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวอยู่ที่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานเดิมที่ตอบสนองเศรษฐกิจและการผลิตภาคการเกษตร ซึ่งเน้นการใช้เวลา แรงงาน และการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นจำนวนมาก มาเป็นให้ทันกับการท่องเที่ยวแบบ 4.0 ที่เน้นข้อมูล ประสบการณ์ และการเข้าถึงที่ไร้รอยต่อ กรณีศึกษาเมืองพัทลุงถือเป็นกรณีตัวอย่างสำหรับเมืองขนาดเล็กหรือกลางที่ไม่ได้มีภาพลักษณ์หรือการตระหนักรู้แบบเมืองท่องเที่ยวมาก่อน ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย การศึกษาการออกแบบเมืองท่องเที่ยวพัทลุงในบทนี้ จึงตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ต่างออกไปจากกรณีศึกษาเมืองภูเก็ต เมืองแม่สายและเมืองเชียงของ โดยมีความท้าทายคือ การออกแบบเมืองจะช่วยสร้างความตระหนักรู้และเรียกร้องความสนใจให้กับเมืองในช่วงการเปลี่ยนผ่านทางเศรษฐกิจจากภาคการเกษตรไปสู่งานบริการการท่องเที่ยว ตลอดจนมีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทาง ประสานรูปแบบ และลดช่องว่างของการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการเกษตรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร

การวิเคราะห์ภาพอนาคตและการสร้างฉากทัศน์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยงพัทลุงมีความแตกต่างจากกรณีเมืองภูเก็ต และเมืองแม่สายและเชียงของ คือ พัทลุงไม่ได้มีการรับรู้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวในวงกว้าง อีกทั้งพื้นที่และประชากรเมืองมีขนาดเล็กและไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในตัวเอง และความพร้อมของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ ตลอดจนกิจกรรมหลักของเมืองยังไม่ใช่งานภาคบริการ ภาพอนาคตของเมืองท่องเที่ยวพัทลุงจึงออกมาเป็น 3 ภาพ คือ

1) ถ้าไม่ทำอะไรก็ยังคงสภาพเป็นเมืองทางผ่านเหมือนเดิม แต่ถ้าประชากรลดจากแรงดึงดูดของการจ้างงานในเมืองใหญ่และการหดตัวของเศรษฐกิจการเกษตร เมืองพัทลุงก็จะเป็นเมืองที่ถูกลืมในฐานะเมืองท่องเที่ยวไปในที่สุด
2) การเป็นเมืองทางผ่านในยุคข้อมูลข่าวสาร เป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นทำให้เกิดการทดลองแวะดู แวะพัก เพราะอยู่บนเส้นทางการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของภาคใต้ อย่างไรก็ตาม ถ้าไม่มีการออกแบบหรือการดำเนินการในเชิงประจักษ์ เมืองพัทลุงก็จะเสียโอกาสทางเศรษฐกิจนี้ไป
3) หากมีการจัดเตรียมโครงการและการออกแบบเมืองที่ดีแล้ว เสน่ห์ต่าง ๆ ที่มีอยู่จะทำให้เมืองพัทลุงในฐานะเมืองท่องเที่ยวจะกลายเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และจะทำให้เกิดเศรษฐกิจใหม่ขึ้นมาในท้องถิ่น

ในประเด็นเรื่องของเมืองทางผ่านและการเป็นที่ว่างจากการรับรู้ระหว่างเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวที่อยู่โดยรอบ โจทย์สำคัญของการออกแบบเมืองท่องเที่ยวพัทลุงจึงอยู่ที่การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางและการเข้าถึงพื้นที่ ซึ่งมีความเข้มข้นอยู่พอประมาณ ดังนั้นก่อนการกระตุ้นการพักค้างด้วยการออกแบบเมือง กลยุทธ์แรกคือต้องสร้างการตระหนักรู้ถึงการเข้าถึงพื้นที่เมืองพัทลุง หรือการสร้างการรับรู้ตำแหน่งของเมืองให้ได้ไปพร้อมกับการสร้างการรับรู้เมืองในฐานะแบรนด์ของเมืองการท่องเที่ยว

การสร้างแบรนด์ของเมืองพัทลุง

จากการทบทวนวรรณกรรม การสำรวจในพื้นที่ และการประชุมกลุ่มย่อย ทำให้ทราบทั้งในเชิงประจักษ์และการบอกเล่าของผู้เข้าร่วมกระบวนการการออกแบบเมืองว่า ตัวตนของพัทลุงที่คนเมืองเองนึกถึงและอยากให้เป็นโครงสร้างของตัวตนของเมืองมีอยู่ 6 ประการ ได้แก่

1) ตำรับและรสชาติของอาหารใต้ที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น รวมถึงความใหม่สดของวัตถุดิบที่มาจากทะเลน้อย และการท่องเที่ยวแบบหยุดเวลา
2) ภูมิทัศน์ที่มีทั้งนา ป่า เขาและทะเลน้อย ที่มี 3 ภูเขา และ 3 ทะเลสาบ ให้เป็นที่จดจำ
3) ระบบนิเวศที่สมบูรณ์ของทะเลน้อยที่มีทั้งควายน้ำ นกน้ำ และโลมาอิรวดี ซึ่งต้องอาศัยหญ้าทะเลเป็นแหล่งอาหารสำคัญ
4) วิถีชีวิตชาวนาที่มีฤดูเก็บเกี่ยว มีการชนวัว และมีข้าวสังข์หยดเป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นที่สำคัญ
5) เมืองที่เป็นต้นกำเนิดของมโนราห์และหนังตะลุง
6) ความจริงใจ ตรงไปตรงมา พูดจาชัดเจน เสียงดัง

โครงสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์เมืองทั้ง 6 ข้อดังกล่าว สามารถสรุปเป็นตัวตนของแบรนด์เมืองได้ 3 ข้อ โดยยืมเอาคำจากการประชุมกลุ่มย่อยที่ผู้เข้าร่วมชาวพัทลุงนิยามตนเองว่า "ดุ ดัง ดำ" มาปรับเปลี่ยนเป็น "เด็ด ดัง ดำ" และเลือกใช้คำว่า "ใต้แท้" เพื่อสื่อถึงเสน่ห์ของพัทลุงที่เป็นชุมชนเกษตรดั้งเดิม เป็นต้นทางและต้นแหล่งของวัฒนธรรมเดิมของคนใต้ ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดที่อยู่โดยรอบ

การออกแบบเมืองพัทลุง

จากโครงสร้างและจุดยืนของแบรนด์เมืองดังกล่าว การออกแบบเมืองจึงที่เน้นการพัฒนาให้เมืองพัทลุงเป็นเมืองน่าลองหรือต้องลองให้ได้ก่อน เพราะถ้าลองแล้วจะรัก โจทย์สำคัญของการออกแบบเมืองคือการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีเมืองพัทลุงเป็นศูนย์กลางหรือจุดดึงดูดที่สำคัญเพื่อจะเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และเพื่อสร้างวงรอบของการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถขยายตัวจากการทัศนาจรแวะเที่ยว จน

นำไปสู่การแวะพักเชื่อมโยงกับทริปการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วของจังหวัดโดยรอบ อาทิ สร้างความเชื่อมโยงของทะเลตรัง กับทะเลน้อย หรือหาดใหญ่ สงขลา ลำปำ

ตัวอย่างโครงการออกแบบเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ดังนั้น แนวทางการออกแบบเมืองที่สำคัญจึงมุ่งเน้นให้เกิดการแวะพัก โดยการสร้างที่หมายตาหรือจุดหมายตาที่เป็นทั้งสัญลักษณ์และภาพจำเชิงสถานที่ โครงการการพัฒนาพื้นที่เขาอกทะลุจึงได้รับเลือกขึ้นมาเป็นโครงการแรกที่ควรรีบดำเนินการในเชิงการออกแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเขาอกทะลุเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดและสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล ทำให้เหมาะกับการขับเน้นให้เป็นภูมิสัญลักษณ์พร้อมกับเสริมสร้างสมรรถนะให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกคนต้องแวะมาไปในตัว

เป้าหมายที่สำคัญของการออกแบบเมืองอีกประการหนึ่งคือ การเชื่อมเมืองพัทลุงในปัจจุบันเข้ากับประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวริมทะเลน้อยและทะเลสาบสงขลา โครงการพัฒนาพื้นที่ลำปำที่เชื่อมโยงเมืองพัทลุงกับพื้นที่วังเจ้าเมืองเดิม รวมถึงการพัฒนาพื้นที่บริเวณริมทะเลน้อยที่พอมีอยู่บ้างแล้ว นับเป็นโครงการที่ควรทำต่อเนื่องกันมา

เมืองพัทลุงยังเหมือนเมืองขนาดเล็กในต่างจังหวัดทั่วไป ซึ่งผู้เดินทางมักขับรถผ่านไปอย่างรวดเร็วโดยไม่มีการตระหนักรู้ในเชิงสถานที่ ประตูเมืองที่สำคัญนอกจากจะเป็นพื้นที่จากทางหลวงแล้ว จุดที่สำคัญคือ ย่านราชการที่ผ่านเข้าเมืองไปสู่ทะเลน้อยได้ พื้นที่ในจุดนี้จึงต้องออกแบบเป็นพื้นที่รับแขก หรือเป็นจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญนอกเหนือจากการเป็นพื้นที่ในการให้บริการสาธารณะแต่เพียงอย่างเดียว การออกแบบลานกิจกรรม หรือถนนสายวัฒนธรรม รวมถึงการจัดเทศกาลประจำเมืองจะเป็นทั้งการออกแบบฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ให้ทำงานพร้อมกัน อาทิ การส่งเสริมจัดเทศกาลมโนราห์และหนังตะลุงเป็นเทศกาลประจำเมืองให้เป็นเทศกาลที่มีความสำคัญระดับชาติ โดยการปรับปรุงและใช้ลานหน้าเมือง และส่งเสริมให้มีการเรียนรู้มโนราห์ ทั้งการเรียนการสอนรวมถึงศูนย์ศิลปวัฒนธรรมเฉพาะเรื่อง กิจกรรมเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

พื้นที่เสนอแนะสุดท้ายคือ ในส่วนที่เป็นการพัฒนาในย่านตลาด ที่เชื่อมโยงวัดสำคัญกับพื้นที่สถานีรถไฟ เนื่องจากในอนาคต การพัฒนาระบบรถไฟรางคู่อาจทำให้การเดินทางโดยรถไฟสะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม เรื่องการเดินทางและการขนส่งยังเป็นปัญหาอยู่มากสำหรับเมืองขนาดเล็กดังเช่นพัทลุง เพราะแม้มีผู้ประกอบการอยู่บ้าง แต่ก็มีข้อจำกัดในการเรียกใช้หรือให้บริการ อีกทั้งจำนวนประชากรและจำนวนนักท่องเที่ยวก็ไม่มากพอที่จะจัดบริการรถสาธารณะให้ทั่วถึงและสะดวก ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรกับผู้ให้บริการขนส่งจึงเป็นบริการพื้นฐานที่สำคัญที่ต้องส่งเสริมต่อไป

ข้อเสนอแนะสุดท้ายในการออกแบบเมืองเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุง คือการเลือกใช้ภาษาหรือมรดกศิลปวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ให้กลายเป็นภาษาในการออกแบบเมืองให้ได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถใช้เป็นรายละเอียดของการออกแบบอุปกรณ์ถนน โดยมีแรงบันดาลใจมาจากแสง สี และการเล่นเงาในวัฒนธรรมหนังตะลุงและมโนราห์ เพื่อให้ทุกอณูเมืองได้รับออกแบบให้ตอบรับและสอดคล้องกับแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวที่ได้วางไว้

บทที่ 8 สรุปบทเรียนและข้อเสนอแนะ

บทนำ

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอภาพรวมของข้อค้นพบและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่แปลงออกมาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในจังหวัดกรณีศึกษา รวมทั้งยุทธศาสตร์ในระดับประเทศ ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและสิ่งพิมพ์ และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงสำรวจพื้นที่ ประกอบกับผลลัพธ์ที่ได้จากทดลองดำเนินกระบวนการวางแผนและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 จังหวัด คือ ภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง รวมถึงบทเรียนที่ได้จากการเข้าร่วมสังเกตการณ์และวิเคราะห์เบื้องต้นในกรณีศึกษาอีก 2 แห่งที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานใหญ่ของโครงการนี้ คือเมืองเชียงใหม่และเมืองลำปาง

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบหลักที่ได้จากการสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและทดลองดำเนินกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

กับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง

กับดักรายได้ปานกลาง (middle-income trap) เป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้ยินบ่อยมาได้ระยะหนึ่งแล้วในวงการวิชาการและวงการวางแผนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย แนวคิดดังกล่าวหมายถึง สภาวะที่รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไม่ได้เพิ่มอย่างรวดเร็วอย่างที่เคยเป็นมาก่อนหน้านั้น ประเทศไทยเองได้หลุดพ้นจากการเป็นประเทศยากจนมาได้ระยะหนึ่งแล้ว แต่ก็ติดอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางมานาน และดูเหมือนจะเป็นเรื่องยากและใช้เวลานาน กว่าจะสามารถพัฒนาเป็นประเทศที่มีรายได้สูงในระดับเดียวกับกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วในอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย ดังเช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ข้อเสนอหลักในเชิงนโยบายที่มุ่งผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลางได้นั้น คือการเพิ่มการลงทุนในการศึกษาและการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมด้านต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาประสิทธิภาพแรงงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อท้ายสุดจะสามารถผลิตสินค้าและการบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นต่อไปได้

ข้อค้นพบหลักของการศึกษาในครั้งนี้คือเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นภูเก็ตหรือเชียงใหม่ และอาจรวมไปถึงเมืองท่องเที่ยวชั้นนำอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ เช่น พัทยา ถือว่าอยู่ในสภาพติดกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง (middle-income tourist trap) กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในระดับเมืองนั้น ดูเหมือนว่ายังไม่มีมูลค่าสูงเท่าใดนัก (แม้ว่าในภาพรวมอาจมีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอาจติดอันดับโลก ทั้งในมูลค่ารวมและค่าเฉลี่ยต่อหัว) อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมเมืองที่

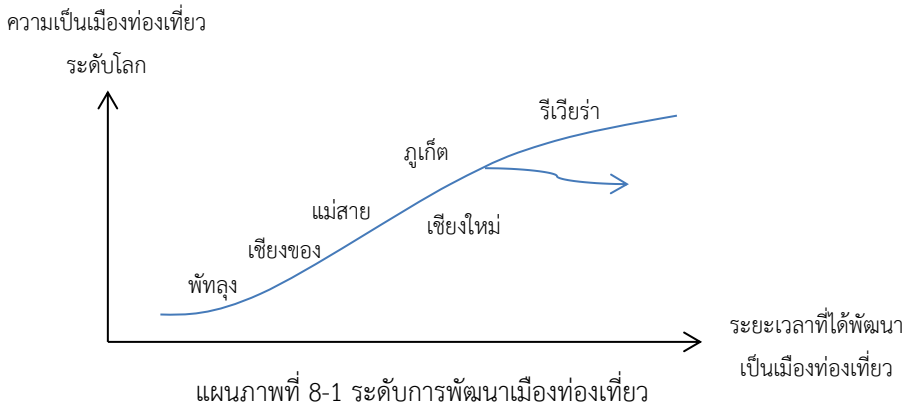
ส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ยังดูไม่เด่นเท่าใดนัก แม้ว่าบางพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ตหรือเมืองท่องเที่ยวชั้นนำอื่น ๆ จะมีโรงแรม ร้านอาหาร และผับบาร์ระดับหลายดาว ซึ่งมีดาราและคนมีชื่อเสียงระดับโลกมาพักค้างและใช้บริการบ้าง แต่ในภาพรวมของการท่องเที่ยวก็ยังเน้นกิจกรรมที่มูลค่าไม่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวในระดับโลกอื่น ๆ เมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกที่อาจใช้เป็นคู่เทียบกับภูเก็ตได้คือ ประเทศโมนาโก (Monaco) และเมืองกาน (หรือคานส์ – Cannes) ในฝรั่งเศส เกาะเกาะมาจอร์กา (Mallorca, Majorca) ในสเปน เมืองไมอามี (Miami) ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต ได้รับความเห็นจำนวนมากว่า แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ตอาจเพิ่มมากขึ้นเรื่อยมา แต่คุณภาพของนักท่องเที่ยวไม่ได้ดีขึ้นกว่าเดิม มิหนำซ้ำอาจแย่กว่าเดิม

สภาวะกับดักเมืองท่องเที่ยวรายได้ปานกลางของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยยังปรากฏชัดในด้านขีดความสามารถในการรองรับของโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านอัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าเรื่องความสวยงามและเอกลักษณ์ของเมืองเป็นปัจจัยที่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคล แต่หากประเมินเทียบกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกแล้ว พื้นที่เมืองท่องเที่ยวของไทยอาจยังไม่เทียบเท่ากับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก องค์ประกอบเหล่านี้มีผลอย่างยิ่งต่อความเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก ดังที่จะอธิบายเพิ่มเติมในหัวข้อประเด็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในส่วนต่อไป

ในขณะเดียวกัน เมืองรองบางแห่งมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทั้งแม่สาย เชียงของ ลำปางและพัทลุง แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการพัฒนาพื้นที่เมืองให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังเท่าใดนัก นโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอยู่มักเน้นไปที่กิจกรรมการจัดงานเป็นครั้งคราว แต่ไม่ไปไกลถึงการออกแบบและปรับเปลี่ยนสภาพกายภาพของเมืองเพื่อพัฒนาและรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก จนกระทั่งกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในระดับโลกได้ อนึ่ง การเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำไม่ได้หมายความว่า ต้องรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากเสมอไป แต่ขึ้นอยู่กับว่า เมืองท่องเที่ยวนั้นจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง และมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของเมืองจนทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชน

หากตั้งนิยามเชิงปฏิบัติการว่า เมืองท่องเที่ยว 4.0 สำหรับประเทศไทยคือ เมืองท่องเที่ยวชั้นนำที่เทียบเท่าได้กับเมืองท่องเที่ยวในระดับโลก ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมือง ด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านระดับแบรนด์ และด้านความเป็นธรรมในการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว คงกล่าวได้ว่า เมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยยังไม่พัฒนาถึงระดับเมืองท่องเที่ยว 4.0 แต่อาจอยู่ในระดับประมาณ 2.0 เท่านั้น ทั้งในด้านโครงการสร้างพื้นฐาน ด้านแบรนด์ของเมือง และด้านภูมิทัศน์เมือง แม้กระทั่งภูเก็ตที่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนมาเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวระดับโลกอื่น ๆ แล้ว ก็ยังต้องพัฒนาอีกมาก และหากไม่พัฒนาต่อไป ระดับความเป็นเมือง

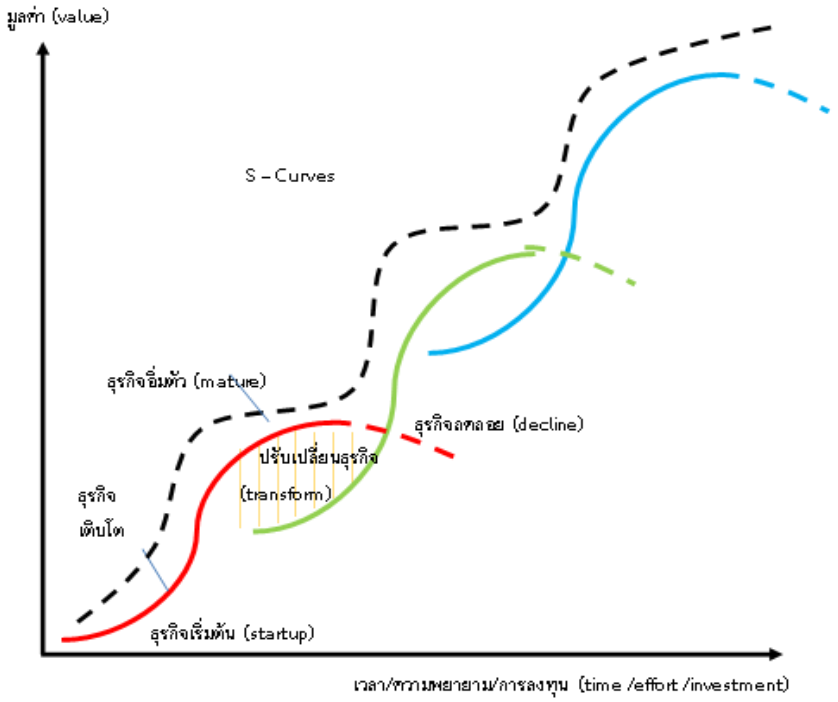
ท่องเที่ยวชั้นนำก็อาจถดถอยลงได้ในอนาคต แผนภาพข้างล่างแสดงระดับความเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกของเมืองท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษาในแผนงานวิจัยนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก



แผนภาพที่ 8-1 ระดับการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

หากวิเคราะห์เมืองท่องเที่ยวจากมุมมองของแนวคิดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (product life cycle) อาจเปรียบได้ว่า เมืองท่องเที่ยวถือเป็นผลิตภัณฑ์แบบหนึ่งที่ย่อมต้องประสบกับวัฏจักรเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้ผลิตได้พัฒนาสินค้าจนได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นจนอิ่มตัวแล้ว หากไม่มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ ก็จะนำไปสู่การถดถอยต่อไปในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคอาจต้องการสิ่งใหม่ ๆ และคู่แข่งสามารถผลิตและเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจกว่าและดีกว่าได้ ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้ผลิตหรือผู้ขายจึงต้องพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมบางอย่างที่ทำให้ผู้บริโภคยังคงต้องการใช้สินค้านั้นอยู่ต่อไป ดังที่แสดงในแผนภาพ 8-2 ข้างล่างนี้ แนวคิดดังกล่าวจึงนำมาสู่การสร้างยุทธศาสตร์ที่มุ่งหาเทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าการหาเส้นเอาเคิร์ฟใหม่ (the new S-curve)

ตามแนวคิดดังกล่าว หากเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องการพัฒนาให้สามารถก้าวพ้นกับดักเมืองท่องเที่ยวระดับปานกลางได้ ก็จำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างแบรนด์หรืออัตลักษณ์ที่เป็นพื้นฐานของการผลิตและนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นอีกด้วย



แผนภาพที่ 8-2 วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์กับการสร้างเส้นเอสเคิร์ฟใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านความสามารถในการรองรับ การกระจายภาระและผลประโยชน์ อัตลักษณ์เมือง

เมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละพื้นที่ โดยขึ้นอยู่กับระดับการพัฒนา ขนาดและโครงสร้างของเมือง เงื่อนไขด้านภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงระบบราชการและการเมืองในแต่ละพื้นที่ ประเด็นความท้าทายหลักของเมืองท่องเที่ยวที่สรุปได้จากกรณีศึกษาภูเก็ต รวมกรณีศึกษาเชียงใหม่และลำปาง ซึ่งอยู่ในแผนงานเดียวกันในงานวิจัยนี้ มีอยู่ 3 ด้านด้วยกัน คือด้านขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านการกระจายภาระและผลประโยชน์ และด้านอัตลักษณ์ของเมือง ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองท่องเที่ยวพัฒนาไม่ทันความต้องการ

ปัญหาสำคัญที่สุดของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ โครงสร้างพื้นฐานเมืองไม่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วได้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง ซึ่งสังเกตได้ชัดจากการจราจรที่ติดขัดและระบบการขนส่งมวลชนสาธารณะที่ไม่ตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เอื้อต่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ก็ยังไม่นำสมัยมากเท่าใดนัก เนื่องจากรัฐบาลกลางหรือหน่วยงานท้องถิ่นไม่สามารถ

โครงสร้างพื้นฐานได้ทันท่วงทีด้วยสาเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น การลงทุนที่สูง ความล่าช้าและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ ข้อจำกัดด้านความรู้และความสามารถในการริเริ่มและบริหารแผนงานและโครงการด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ ความท้าทายสำคัญในด้านโครงสร้างพื้นฐานในเมืองท่องเที่ยวมีตั้งแต่ปัญหาการสัญจรทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในเมือง ปัญหาการจัดการขยะและน้ำเสีย ปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้ และปัญหาคุณภาพอากาศในเมือง ทั้งนี้ ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของเมืองจะพบเห็นได้ชัดในช่วงหน้าฤดูการท่องเที่ยวและในช่วงเทศกาลสำคัญของแต่ละเมือง อาทิ จำนวนผู้โดยสารที่ต้องรอเที่ยวบินอยู่ในสนามบิน จำนวนผู้โดยสารที่ต้องรอรถแท็กซี่หรือลีมูซีนของสนามบิน รวมไปถึงภาพของกองขยะที่ล้นอยู่ตามทางเท้าและจุดทิ้งขยะในเมือง เป็นต้น ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับนี้ยิ่งทวีคูณมากขึ้น เมื่อต้องรองรับประชากรเมืองที่อยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่เมืองเดียวกัน

ผลประโยชน์กับภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรอย่างเป็นธรรม

ความท้าทายสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การจัดสรรและการประสานประโยชน์และภาระที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ นับตั้งแต่นักท่องเที่ยว นักลงทุนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว คนที่อยู่อาศัยในเมือง ไปจนถึงรัฐบาลท้องถิ่น ปัญหาหนึ่งคือเรื่องที่อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำเกือบทุกแห่งกำลังประสบปัญหาราคาที่อยู่อาศัยที่แพงมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาที่ดินเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวและพาณิชยกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งงาน ทำให้ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นมาก จนคนในเมืองไม่สามารถจ่ายได้และต้องย้ายไปอยู่ที่ห่างไกลออกไปจากแหล่งงาน แนวโน้มหนึ่งที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทยคือ การซื้อที่ดินและที่อยู่อาศัยของคนต่างชาติ โดยเฉพาะในช่วงหลังคือคนจีนแผ่นดินใหญ่ ทั้งการซื้อขายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเพื่อการอยู่อาศัยระยะยาวและอย่างถาวร

ปัญหาด้านที่ตั้งของที่อยู่อาศัยสืบเนื่องต่อไปยังปัญหาและความท้าทายในการพัฒนาเมืองด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการสัญจรเดินทาง เนื่องจากเมืองในประเทศไทยแทบทุกแห่งประสบปัญหาระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น ภูเก็ตและเชียงใหม่ ทำให้ผู้คนทั่วไปต้องหันไปใช้พาหนะส่วนบุคคล ทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ส่วนตัว เป็นผลให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด

ปัญหาด้านการกระจายผลประโยชน์และภาระอีกเรื่องหนึ่ง สืบเนื่องมาจากแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเข้าไปในย่านชุมชนเดิม ทั้งที่พักค้างและสถานประกอบการที่รองรับนักท่องเที่ยว แนวโน้มดังกล่าวได้ทำให้เกิดปัญหาหลายอย่าง นับตั้งแต่ในกรณีที่กิจกรรมการท่องเที่ยวไปขัดกับความสงบสุขในการใช้ชีวิตประจำวันของคนในพื้นที่ ไปจนถึงขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของผู้คนทั่วไป ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นนั้น มีทั้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนภายในพื้นที่ และระหว่างคนภายในพื้นที่กันเอง ซึ่งมีทั้งที่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวและที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในพื้นที่เมืองเก่าเชียงใหม่และหลายชุมชนที่แต่เดิมเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยเป็นหลัก ผลกระทบสืบเนื่องเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การเติบโตของธุรกิจการ

ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อเมืองในหลายด้าน จึงต้องมีนโยบายและมาตรการรองรับและบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างจริงจังและเป็นระบบ

อัตลักษณ์ของความเป็นเมืองท่องเที่ยวไม่ได้รับการรักษาหรือเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น

การพัฒนาเมืองเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วได้ทำให้อัตลักษณ์ของเมืองทั้งในด้านกายภาพและสังคมวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป ในหลายเมืองที่อัตลักษณ์ของเมืองในด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เมืองเชียงใหม่ การสูญเสียอัตลักษณ์เมืองนับเป็นประเด็นท้าทายที่ต้องมีการวางแผนและพัฒนาเมืองเพื่อรับมือต่อไป แม้กระทั่งในเมืองที่ไม่ได้มีจุดขายอยู่ที่วัฒนธรรมดั้งเดิม ดังในกรณีของเมืองตามชายหาดในจังหวัดภูเก็ต การไร้ซึ่งการออกแบบเมืองที่รักษาอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ก็จะทำให้ภาพลักษณ์ของเมืองไม่มีความเด่นชัด และหากไม่มีการออกแบบและควบคุมกำกับต่อไป ก็จะทำให้ภาพลักษณ์ของเมืองเหล่านี้ไม่มีทิศทางและอัตลักษณ์เป็นของตนเอง จนอาจทำให้ความน่าสนใจและแรงดึงดูดของเมืองน้อยลง

สินทรัพย์ด้านภูมิสัณฐานเมืองยังไม่ได้ออกแบบและพัฒนาต่อให้เป็นทุนสำหรับการท่องเที่ยว

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นไปที่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมและงานด้านการตลาดเป็นหลัก ในขณะที่การวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่ผ่านมายังไม่ค่อยได้ใช้ภูมิสัณฐานของเมืองเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเท่าใดนัก ภูมิสัณฐานของเมืองที่มีมาโดยธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา หรือแม้แต่ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น ตรอกซอกซอย ล้วนแล้วแต่เป็นสินทรัพย์ (assets) ที่สามารถออกแบบและพัฒนาต่อให้เป็นทุน (capital) ที่ใช้สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับธุรกิจและประชาชนทั่วไปได้ ตัวอย่างจากกรณีศึกษาคือ เขาอกทะลุในเมืองพัทลุง แม่น้ำสายและภูเขาที่โอบล้อมรอบเมืองแม่สาย รวมไปถึงพื้นที่ภูเขากลางเกาะและขุมเหมืองในภูเก็ต ภูมิสัณฐานของเมืองเหล่านี้ยังเป็นพื้นฐานของภาพลักษณ์ที่พัฒนาเป็นอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองต่อไปได้ สาเหตุหนึ่งที่ภูมิสัณฐานเมืองถูกมองข้ามไปในกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองอาจเพราะคนในท้องถิ่นมีความคุ้นชินจนรู้สึกเฉย ๆ กับภูมิสัณฐานนั้น ในขณะที่นักวางแผนนโยบายจากส่วนกลางไม่สนใจและมองข้ามเอกลักษณ์ของเมืองส่วนนั้นไป จึงกลายเป็นสินทรัพย์ที่ถูกละเลยและยังไม่ได้รับการพัฒนาเป็นทุนสำหรับการท่องเที่ยว

อนาคตของเมืองรองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว

ข้อค้นพบประการหนึ่งจากการศึกษาเมืองท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดเล็กในครั้งนี้คือ เมืองเหล่านี้กำลังประสบกับความท้าทายสำคัญในทิศทางการพัฒนาของเมืองในอนาคต กล่าวคือ เมืองขนาดกลางและเล็กจำนวนมากทั่วประเทศไทยกำลังประสบปัญหาประชากรมีแนวโน้มคงที่หรือลดลง เนื่องจากอัตราการเกิดต่ำและคนหนุ่มสาวย้ายออกไปอยู่เมืองใหญ่และไม่กลับมาบ้านเกิด นอกจากนี้แล้ว ฐานเศรษฐกิจไม่หลากหลาย ไม่มีธุรกิจใหม่ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองไปในอนาคต ความท้าทายสำหรับเมืองเหล่านี้คือ จะทำอย่างไรไม่ให้จำนวนประชากร

ลดลงไปเรื่อย ๆ และเศรษฐกิจถดถอยลงไปอีก ความท้าทายดังกล่าวแตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น ภูเก็ต และเชียงใหม่ ซึ่งยังคงมีประชากรวัยหนุ่มสาวย้ายเข้าอยู่เสมอ ในจุดนี้ การท่องเที่ยวถือว่าเป็นทางออกหนึ่งที่อาจทำให้เมืองขนาดกลางและขนาดเล็กอาจพอรับมือกับความท้าทายด้านประชากรและเศรษฐกิจดังกล่าวได้

อย่างไรก็ตาม เมืองท่องเที่ยวระดับรองลงมา ทั้งแม่สาย เชียงของ และลำปาง รวมไปถึงเมืองพัทลุงก็ยังคงต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอีกมาก ความท้าทายด้านการพัฒนาและออกแบบเมืองมีบางประเด็นที่เหมือนกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น ปัญหาขีดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการจราจรติดขัดและการขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี และปัญหาขยะมูลฝอย โดยเฉพาะในบางสถานการณ์ที่เมืองต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าปกติ เช่น กรณีเมืองเชียงของที่ต้องรับนักท่องเที่ยวจีนที่ขับรถลงมาทางบก อย่างไรก็ดี ในแต่ละพื้นที่ก็มีประเด็นความท้าทายเฉพาะพื้นที่นั้น เช่น การออกแบบเมืองและกิจกรรมที่เสริมสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ใหม่ของเมือง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะพักหรือค้างแรมในเมืองมากขึ้นกว่าเดิม ดังในกรณีของพัทลุงและแม่สาย ส่วนในกรณีของลำปาง ซึ่งยังคงเอกลักษณ์ของเมืองเดิมไว้ได้อยู่นั้น จำเป็นต้องมีการปกป้องรักษาหรือฟื้นฟูสภาพเดิมของเมืองไว้ให้ดีที่สุด เนื่องจากเป็นจุดเด่นของเมืองที่อาจถูกปรับเปลี่ยนไปได้ ถ้าการท่องเที่ยวเริ่มเติบโตอย่างรวดเร็วและไม่มีแผนการพัฒนาและออกแบบเมืองรองรับไว้ก่อน

การสร้างแบรนด์ของเมืองยังเน้นไปที่การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และการมีส่วนร่วมน้อย

หลายจังหวัดในประเทศไทยได้พยายามสร้างแบรนด์ของตนเองขึ้นมา นับว่าเป็นแนวทางที่ถูกต้องและสมควรส่งเสริมให้ทำต่อไป แต่ก็ยังมีข้อจำกัดทั้งในด้านกรอบแนวคิดและกระบวนการที่สามารถพัฒนาต่อได้ ประการแรกคือ การพัฒนาแบรนด์ของพื้นที่ยังคงเน้นไปที่การจัดทำสัญลักษณ์ โลโก้และมาสคอต (mascot) ที่สามารถนำมาใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตและซื้อขายในเมือง แต่ยังไม่พบว่า มีการถ่ายนำเอาแบรนด์ที่ได้ทำมาแล้วนั้น มาพัฒนาต่อเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเท่าใดนัก ในบางที่อาจมีการทำองค์ประกอบเมืองหรือเฟอร์นิเจอร์สาธารณะ (street furniture) โดยใช้รูปร่างของสัตว์ที่พบมากในพื้นที่หรืออนุสาวรีย์ของคนสำคัญตามประวัติศาสตร์ของเมือง แต่มักไม่สะท้อนแบรนด์ของเมืองที่ได้พัฒนามา การกำหนดแบรนด์ของเมืองมีผลอย่างยิ่งต่อการกำหนดอัตลักษณ์ของย่าน รวมไปถึงสถาปัตยกรรมและกิจกรรมที่จะส่งเสริมให้เกิดขึ้นในเมือง นอกจากนี้ การทำแบรนด์ที่ผ่านมายังเน้นไปที่ขอบเขตการปกครองระดับจังหวัด ไม่ได้เฉพาะระดับเมือง อาจทำให้ความคมชัดของแบรนด์ลดน้อยไปบ้าง ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการใช้แบรนด์ของแต่ละองค์กร

ข้อจำกัดประการที่สองเกี่ยวเนื่องกับกระบวนการพัฒนาแบรนด์ ตามหลักการและประสบการณ์ในต่างประเทศ การสร้างแบรนด์ของพื้นที่ ไม่ว่าระดับจังหวัด เมืองหรือย่าน ควรเปิดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ใช้ประโยชน์จำนวนมากและหลากหลายเข้ามาร่วมให้ได้มากที่สุด แต่กระบวนการสร้างแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมา ยังไม่ค่อยเปิดกว้างเท่าใดนัก เท่าที่ทราบ โดยส่วนใหญ่เป็นการว่าจ้างที่ปรึกษาเอกชนหรืออาจารย์

มหาวิทยาลัยในการคิดและเสนอแบรนด์ของแต่ละแห่งขึ้นมา การมีส่วนร่วมของตัวแทนภาคีต่าง ๆ อาจมีอยู่ไม่มากนัก ความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ (ownership) ของแบรนด์ที่พัฒนามาจึงไม่มากพอ ทำให้การนำแบรนด์ไปใช้ประโยชน์ต่อยังอยู่ในวงจำกัด ในบางกรณีมีหลายแบรนด์ในพื้นที่เดียวกัน จนเกิดภาพที่สับสนและขัดแย้งกัน

ความท้าทายด้านองค์กรและการสร้างหุ้นส่วนในการบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายสำคัญที่พบในทุกกรณีศึกษาคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการเมือง สาเหตุหนึ่งคือ นโยบาย กรอบกฎหมายและแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานส่วนกลางที่ไม่เกื้อหนุนให้หน่วยงานท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการเมืองของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยท้องถิ่นได้รับมอบพันธกิจเพิ่มขึ้นในด้านการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยว แต่ไม่ได้มีทรัพยากรเกื้อหนุนเพิ่มเติมจากส่วนกลาง ในหลายกรณี นโยบายส่วนกลางและส่วนภูมิภาคขัดกับนโยบายและความต้องการของท้องถิ่น อีกสาเหตุหนึ่งที่เกี่ยวเนื่องกันคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีขีดจำกัดในความสามารถด้านการวางแผนและบริหารจัดการเมือง

ความท้าทายดังกล่าวเกี่ยวเนื่องกับเรื่องบทบาทของหน่วยงานส่วนภูมิภาคในการบริหารจัดการภายในท้องถิ่น ข้อสังเกตหนึ่งจากการศึกษานี้คือ ทิศทางและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองขนาดเล็กมักกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และในบางกรณีองค์กรท้องถิ่นถูกครอบงำโดยหน่วยงานส่วนกลาง ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างยืดหยุ่นและสะท้อนความต้องการของพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ และต้องพึ่งพาหน่วยงานส่วนกลางมากเกินไป นโยบายการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองในหลายพื้นที่มักขับเคลื่อนโดยผู้ว่าราชการหรือนายอำเภอ แม้ว่าในหลายแง่มุม แนวทางดังกล่าวอาจมีประสิทธิภาพและเหมาะสม แต่มักเกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงนโยบายเมื่อเปลี่ยนผู้บริหารในจังหวัดหรืออำเภอ ทำให้ไม่เกิดการสานต่องานด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองต่อไปได้ ในบางครั้งก็เกิดปัญหาความไม่ลงรอยกันระหว่างผู้บริหารส่วนภูมิภาคกับส่วนท้องถิ่นในด้านนโยบายและแนวคิดการออกแบบและพัฒนาเมือง

ความท้าทายด้านการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์อย่างยิ่งกับบทบาทของภาคเอกชนภายในพื้นที่ เมืองไหนที่ภาคธุรกิจเข้มแข็งและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมือง เมืองนั้นก็จะเกิดการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงได้ แม้ว่าผู้บริหารท้องถิ่นในเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กบางแห่งอาจใกล้ชิดกับภาคเอกชนอยู่บ้างก็ตาม แต่ดูเหมือนว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองก็ยังกำหนดโดยหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็นหลัก ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นกับเมืองท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดใหญ่เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ภายใต้ข้อจำกัดด้านการวางแผนนโยบายแบบรวมศูนย์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการภาคเอกชนทั้งในด้านธุรกิจท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เริ่มแสดงบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเมือง ดังในกรณีของภูเก็ต แต่ในบางกรณี กลุ่มผู้ประกอบการเอกชนไม่สามารถรวมตัวกันได้ ทำให้เกิดการแยกงานและแย่งงานกันทำจนไม่เกิดเอกภาพในการพัฒนาเมืองที่เหมาะสมได้

ข้อจำกัดในกรอบความคิด วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน

ข้อค้นพบในภาพรวมของการศึกษานี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เมื่อเริ่มต้นโครงการ กล่าวคือ แม้ว่าแต่ละพื้นที่ได้ดำเนินนโยบาย แผนงาน และโครงการในการจัดการเมืองเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยว แต่โดยมากไม่ได้วางแผนระยะยาวที่มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ในบางพื้นที่อาจดูเหมือนจะมีการตั้งวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนาด้านท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่มักไม่ได้ถ่ายทอดออกมาเป็นเป้าหมายด้านการพัฒนาและออกแบบเมืองอย่างเป็นระบบ ส่วนวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวที่อ้างถึงอยู่บ้างนั้น ก็ดูเหมือนไม่ได้มีกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาในเมืองเท่าใดนัก ในหลายแห่งเป็นวิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นเองโดยผู้บริหารในหน่วยงานราชการส่วนกลางและส่วนภูมิภาค นับตั้งแต่ระดับรัฐมนตรี ผู้ว่าราชการ ลงมาถึงระดับนายอำเภอ สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการวางแผนแบบบนลงล่าง ข้อจำกัดด้านกระบวนการสร้างวิสัยทัศน์และการวางแผนด้านการท่องเที่ยว ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถสร้างหุ้นส่วนในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของตนเองอย่างแท้จริง

กระบวนทัศน์สำคัญในการออกแบบและพัฒนาเมืองคือ การมองภูมิสัณฐานและสิ่งต่าง ๆ ที่เมืองมีอยู่เป็นสินทรัพย์ที่พัฒนาต่อเป็นทุนเพื่อการท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ออกแบบและพัฒนาเมืองจึงถือเป็นการลงทุนเพื่ออนาคต ไม่ใช่เพียงแค่การเพื่อแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบันเพียงอย่างเดียว แผนการพัฒนาพื้นที่เมืองสำหรับการท่องเที่ยวจำนวนมาก ยังไม่ได้คำนึงถึงโอกาส ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จึงทำให้กรอบแนวคิดและกระบวนการวางแผนที่มีอยู่มองเพียงภาพระยะสั้น และอาจไม่สามารถรับมือหรือสร้างโอกาสใหม่ ๆ จากปัจจัยและแนวโน้มที่ทรงพลังในอนาคตได้ดีนัก ส่วนการวางผังเมืองในแต่ละพื้นที่ก็เน้นเรื่องการควบคุมโดยผ่านการวางผังเมืองรวมเป็นหลัก และไม่นำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ อาจเนื่องด้วยข้อจำกัดด้านการใช้เครื่องมือทางผังเมืองบางประการ

ในบางพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและนักธุรกิจในพื้นที่ ก็เห็นถึงความพยายามในการนำเอาปัจจัยด้านการพัฒนาเมืองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการท่องเที่ยว แต่ก็อาจยังจำกัดอยู่ในรูปแบบของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว และยังไม่มีการวางแผนเชิงพื้นที่อย่างชัดเจนเท่าใดนัก โดยเฉพาะการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในระดับย่าน แม้ว่าเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งได้ออกแบบพื้นที่สาธารณะและเส้นทางท่องเที่ยวด้วยการเดินและจักรยาน แต่ยังไม่ได้สร้างความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองในภาพรวมกับการออกแบบพื้นที่สาธารณะเท่าใดนัก โดยเฉพาะการวางแผนและออกแบบเมืองในระดับย่าน ซึ่งน่าจะเป็นประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ที่ต้องดำเนินการต่อไป

อนึ่ง ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เน้นการออกแบบและพัฒนาเมืองเป็นหลัก จึงไม่ได้เชื่อมโยงกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ที่ควรเชื่อมโยงกับการออกแบบด้านโครงสร้างพื้นฐานของเมืองด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพื้นที่กรณีศึกษา

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

1. จังหวัดภูเก็ต

ยุทธศาสตร์ที่คณะผู้ศึกษาเสนอให้ดำเนินการในจังหวัดภูเก็ต มีดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา

ปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับที่เข้าใกล้ในระดับวิกฤติในปัจจุบัน คือด้านการสัญจรเดินทางของนักท่องเที่ยวและคนที่อยู่อาศัยในเมือง โครงการระยะกลางที่มุ่งแก้ปัญหานี้ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มได้เมื่อเส้นทาง ตำแหน่งที่ตั้งสถานีและรายละเอียดอื่น ๆ ของโครงการรถไฟรางเบาได้กำหนดลงตัวแล้ว คือการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา วิธีการนี้เป็นวิธีการสำคัญในการเพิ่มความเป็นไปได้ด้านการเงินและด้านเศรษฐกิจให้กับโครงการขนส่งมวลชนแบบราง ซึ่งมุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการสัญจรของเมืองภูเก็ต และลดความต้องการในการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัวในเส้นทางหลักระหว่างสนามบินกับศูนย์กลางพาณิชยกรรมของจังหวัด องค์ประกอบสำคัญที่ควรบรรจุในยุทธศาสตร์นี้คือ การพัฒนาที่อยู่อาศัยความหนาแน่นปานกลางและหนาแน่นสูงที่ระดับราคาไม่สูงมาก เพื่อรองรับความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้คนในเมือง ซึ่งในปัจจุบันต้องซื้อบ้านหรือห้องชุดในราคาที่แพงมากขึ้นและตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งงานมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์นี้จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์การเพิ่มระบบขนส่งมวลชนรอง (feeder system) มาประกอบด้วย โดยเฉพาะการรับส่งนักท่องเที่ยวและคนทำงานเข้าแหล่งท่องเที่ยวตามชายหาดต่าง ๆ ทั้งหาดป่าตอง กะตะ กะรน ระบบรถประจำทางน่าจะเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับระบบขนส่งมวลชนรอง

ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม

ยุทธศาสตร์หนึ่งที่มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับไปพร้อมกับการอัตลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองท่องเที่ยวภูเก็ต คือการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเดิมภูเก็ต ซึ่งเคยรุ่งเรืองมาก่อน แต่ได้สูญเสียความคึกคักและมีชีวิตชีวาไปหลังจากที่ชายหาดต่าง ๆ ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และกิจกรรมการค้าปลีกได้เข้าไปอยู่ในห้างสรรพสินค้า พื้นที่เป้าหมายสำคัญคือพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งมีคุณค่าด้านสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ และพื้นที่บริเวณสะพานหิน ซึ่งมีศักยภาพสูงทั้งในด้านทำเลที่ตั้งริมทะเล ด้านขนาดแปลงที่ดิน ด้านกรรมสิทธิ์ที่ดินที่

เป็นของรัฐเป็นส่วนใหญ่ และในด้านความเป็นไปได้ในการเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของภูเก็ต ทั้งนี้ เมืองภูเก็ตจำเป็นต้องฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองที่มีอยู่แต่เดิมให้ดียิ่งขึ้น เพื่อทั้งยกระดับขีดความสามารถในการรองรับของเมือง เพื่อตอบรับการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวด้าน MICE และที่อยู่อาศัยความหนาแน่นระดับปานกลางและสูง เพื่อตอบรับกับปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยที่จ่ายได้ของคนในเมือง การฟื้นฟูและพัฒนาเมืองเดิมยังจะช่วยยกระดับอัตลักษณ์และแบรนด์ของพื้นที่เมืองเดิมให้ดียิ่งขึ้น โดยเป็นการเพิ่มทางเลือกด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากการสร้างที่อยู่อาศัยที่อยู่ในระดับราคาที่คนในเมืองจ่ายได้แล้ว การฟื้นฟูเมืองเก่ายังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มุ่งบรรเทาปัญหาด้านการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับผู้คนในเมืองได้มากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการรายเล็กรายน้อยในร้านค้า ร้านอาหารและการบริการอื่น ๆ ในพื้นที่เมืองเก่าสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการฟื้นฟูเมือง และถือเป็นเสน่ห์ของย่านที่แตกต่างไปจากกิจกรรมบริเวณชายหาดได้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่าภูเก็ตกับพื้นที่อื่น ๆ

พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกจากการพักผ่อนตามชายหาด แต่การเชื่อมของย่านเมืองเก่ากับพื้นที่ท่องเที่ยวหลักคือชายหาดต่าง ๆ ยังไม่ค่อยดีนัก อีกทั้งถ้าในอนาคตมีการฟื้นฟูและพัฒนาบริเวณสะพานหินขึ้นใหม่แล้ว การสร้างความเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่เมืองเก่ากับพื้นที่สะพานหินจะยิ่งสำคัญมากขึ้น การเชื่อมต่อที่ว่านี้ ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การสร้างระบบการสัญจรที่สะดวกปลอดภัย ทันสมัยและราคาเหมาะสม แต่หมายรวมถึงการพัฒนาพื้นที่โดยรวมระหว่างย่านสำคัญอีกด้วย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบขุมเหมือง

ขุมเหมืองที่มีอยู่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่เท่าใดนัก แต่มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาและออกแบบให้ใช้ประโยชน์ที่ตอบโจทย์ในหลายด้าน ทั้งการเก็บกักน้ำสำหรับอุปโภคและบริโภค การป้องกันและบรรเทาน้ำท่วม การสร้างที่อยู่อาศัยคุณภาพดี และการสร้างพื้นที่นันทนาการสำหรับนักท่องเที่ยวและคนอยู่อาศัยในเมือง เนื่องจากขุมเหมืองเป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชน ภาครัฐจึงควรวางแผนยุทธศาสตร์ในการเชื่อมต่อระบบขุมเหมืองกับระบบประปา ระบบถนน และโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (Green infrastructure) ส่วนอื่น ๆ ของเมือง พร้อมกับศึกษามาตรการที่จะส่งเสริมให้ภาคเอกชนปรับเปลี่ยนพื้นที่รอบขุมเหมืองให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลายและเต็มที่มากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์รักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

จุดแข็งหนึ่งของภูเก็ตคือมีทางเลือกของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านประสบการณ์และด้านราคา แต่ละหาดก็ดูเหมือนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่ อย่างไรก็ตามหากไม่มีการรักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของบางหาดและบางย่านไว้ ก็มีแนวโน้มว่าทุกพื้นที่จะพัฒนาไปในทิศทาง

เดียวกัน ด้วยเหตุนี้ ยุทธศาสตร์สำคัญที่ควรเริ่มดำเนินการคือ การรักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่าน ซึ่งควรดำเนินการในทุก ๆ ย่านที่คิดว่าสำคัญ แต่ละย่านก็ควรมีกรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาที่มีความเฉพาะตัวของย่านนั้น โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการสร้างแผนและผังของแต่ละพื้นที่ ในงานนี้ คณะผู้ศึกษานำเสนอตัวอย่างของการออกแบบพื้นที่ในบริเวณหาดกะรน ซึ่งเสนอให้ใช้กรอบแนวคิดกิจกรรมสร้างสรรค์และศิลปะในการออกแบบและพัฒนาย่าน

2. จังหวัดเชียงราย

ยุทธศาสตร์ที่คณะผู้ศึกษาเสนอให้ดำเนินการสำหรับจังหวัดเชียงรายแบ่งออกเป็นข้อเสนอสำหรับเมืองแม่สายและสำหรับเมืองเชียงของ ซึ่งตอบรับกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศ ยุทธศาสตร์ที่เสนอแนะในงานนี้มีดังต่อไปนี้

เมืองแม่สาย

ตัวเมืองแม่สายแม้จะอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวระหว่างเชียงราย ดอยตุง แม่สายและสามเหลี่ยมทองคำ แต่การที่แม่สายขาดมหาวิทยาลัย และกลุ่มคนวัยรุ่น วัยทำงาน ทำให้เมืองขาดกิจกรรมที่ทันสมัย และความคิดสร้างสรรค์ ประจวบกับบทบาทเหนือสุดแดนสยามที่อ่อนลง จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาพื้นที่เมืองโดยยังสามารถใช้ทำเลเดิมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาและออกแบบเมืองแม่สายเน้นการประสานเข้ากับพื้นที่ฝั่งพม่ามากขึ้น เพื่อเชื่อมต่อกันทั้งภาคเศรษฐกิจ บริการ และการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน

โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วยการพัฒนาแนวแนวถนนพหลโยธิน เพื่อการค้า และท่องเที่ยวด้วยการเดิน และการพัฒนาตลาดสายลมจอย และธุรกิจบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและขาวไทย 1 คืน รวมไปถึงการพัฒนาด่านพรมแดนที่ 2 เพื่อรองรับการส่งออกด้วยรถขนาดใหญ่ การปรับพื้นที่ดังกล่าวควรดำเนินการไปพร้อมกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่ ๆ ในพื้นที่เมืองแม่สาย เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับฐานเศรษฐกิจการค้าของเมือง

ยุทธศาสตร์การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่ในเมืองแม่สาย

ยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยวในแม่สายคือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ภายในเมืองแม่สาย โดยมุ่งเน้นในมุมมองของแม่สายที่แตกต่างไปจากมุมมองเดิม ๆ ของนักท่องเที่ยวและคนทั่วไป แนวคิดหลักของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์นี้คือ การผสานพรมแดน ดอย แม่น้ำ และเมืองเข้าด้วยกัน ตัวอย่างโครงการพัฒนาที่ตอบรับกับยุทธศาสตร์นี้ ได้แก่

- การพัฒนาจุดชมวิวถ้ำผาจมและดอยเวา และสร้างการเชื่อมต่อสู่ดอยโดยรอบ
- การพัฒนาพื้นที่แนวแม่น้ำสาย และสร้างพื้นที่สาธารณะภายในตัวเมืองแม่สาย
- การเพิ่มพื้นที่จอดรถโดยภาคเอกชนและเชื่อมต่อกับย่านการค้าและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- การเพิ่มธุรกิจที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยวแบบพรมแดนภายในตัวเมืองแม่สาย โดยอาศัยประตูพรมแดนแม่สายเป็นภาพสะท้อนระหว่างไทยและพม่า
- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนดอยโดยรอบเมืองแม่สาย เพื่อสานพื้นที่เมืองกับภูเขาเข้าด้วย สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเลือก และกิจกรรมสันทนาการรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาค้างคืนในพื้นที่ ตลาด ร้านอาหาร และที่พักคุณภาพดี

จะเห็นได้ว่า โครงการตัวอย่างเหล่านี้มีทั้งที่มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของเมืองแม่สาย ไปพร้อมกับการพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองที่แตกต่างจากเดิม ในขณะเดียวกัน การสร้างพื้นที่สาธารณะสำหรับทุกคน รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางในการค้าขายและบริการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ก็ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างโอกาสและกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่ด้วย

ยุทธศาสตร์สร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม

ความเป็นรอยต่อพรมแดนทำให้แม่สายมีบรรยากาศของเมืองพหุวัฒนธรรมไปในตัว และเป็นจุดแข็งที่สามารถนำมาพัฒนาต่อเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองได้ดี นอกเหนือจากการพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาจากอัตลักษณ์ของชนเผ่า เพื่อสะท้อนถึงสังคมพหุวัฒนธรรมแล้ว ในด้านการพัฒนาและออกแบบเมือง ควรมีการพัฒนาเพื่อกิจกรรมพหุวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เช่น พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย พื้นที่บริเวณชุมชนจีนยูนนานและวัดแม่สาย รวมไปถึงการออกแบบองค์ประกอบเมืองที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองแม่สายที่ชัดเจนยิ่งขึ้น การสร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรมเหล่านี้ไม่ได้มุ่งเพียงเพื่อการจัดกิจกรรมการแสดงเท่านั้น แต่สามารถใช้เป็นพื้นที่ขายสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ จึงนับเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่มุ่งไปที่การกระจายรายได้และประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่

เมืองเชียงของ

สำหรับเมืองเชียงของนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบเมืองจะเน้นการรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยแยกออกจากการพัฒนาและออกแบบเมืองในพื้นที่ใกล้สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 และเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงของ ยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเชียงของจะใช้พื้นที่ริมน้ำโขงเป็นแกนหลัก โดยแบ่งออกเป็นยุทธศาสตร์หลัก 4 ประการ ได้แก่

ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง

เนื่องจากพื้นที่หลักที่รองรับการท่องเที่ยวของเชียงของอยู่ริมแม่น้ำโขง การออกแบบและพัฒนาเมืองเก่าเชียงของจึงต้องเน้นพื้นที่นี้เป็นหลัก โครงการหลัก ๆ คือการปรับปรุงภูมิทัศน์ การเข้าถึง และกิจกรรมริมแม่น้ำอาทิ โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมแม่น้ำโขง 3.5 กิโลเมตร โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ท่าเรือเชียงของและท่าเรือบั๊ค โครงการฟื้นฟูบูรณะอาคารราชการเพื่อเป็นศูนย์จัดนิทรรศการและพื้นที่อเนกประสงค์ โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ลานปลาบึกสำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล เป็นต้น

ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของ

เนื่องจากเชียงของยังเสน่ห์ของเมืองท่องเที่ยวที่ไม่วุ่นวายมาก มีความสบายของการท่องเที่ยวและการดำเนินชีวิตอยู่มาก แต่หากปล่อยให้มีการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพและกิจกรรมท่องเที่ยวมากเกินไป ก็จะทำให้เสน่ห์ของเมืองเชียงของที่มีอยู่ลดลงและเลือนหายไปได้ ด้วยเหตุนี้ จึงควรดำเนินโครงการฟื้นฟูบูรณะและอนุรักษ์พื้นที่ภายในเมืองเก่าเชียงของให้สามารถตอบรับกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังคงเสน่ห์เดิมของเมืองไว้ได้ เช่น การพัฒนาพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริเวณวัดหาดไคร้ เนื่องจากอัตลักษณ์ความเป็นเมืองเก่าริมแม่น้ำโขงเป็นองค์ประกอบสำคัญของแบรนด์ของเมืองเชียงของ ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าควรเร่งดำเนินการไปพร้อมกับการเชื่อมต่อพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำโขง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

ในอนาคตเมื่อเมืองเชียงของได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จะสร้างความต้องการด้านที่พักและโรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปการต่าง ๆ มากขึ้น แต่เนื่องจากเมืองเก่าเชียงของมีขีดความสามารถในการรองรับไม่สูงมาก อีกทั้งยังควรรักษาเสน่ห์ของเมืองเก่าไว้ จึงต้องมีการจัดพื้นที่ใหม่ที่สามารถรองรับกิจกรรมและนักท่องเที่ยวในอนาคต พื้นที่ที่เหมาะสมคือ พื้นที่นอกคูเมืองเดิมของเชียงของ

ยุทธศาสตร์การจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

เมื่อดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบเมืองที่แบ่งเมืองเชียงของออกเป็นพื้นที่เก่าและใหม่แล้ว ยุทธศาสตร์ด้านการสัญจรเดินทางในเมืองจะเพิ่มความสำคัญมากขึ้น ทั้งในด้านการควบคุมปริมาณการจราจรด้วยรถยนต์ส่วนตัว ไปจนถึงการส่งเสริมการเดินเท้า การใช้จักรยาน หรือแม้แต่สกู๊ตเตอร์ไฟฟ้าที่อาจตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเดินทางไกลภายในเมือง

3. จังหวัดพัทลุง

สำหรับจังหวัดพัทลุงนั้น คณะผู้ศึกษาได้เสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดการแวะพักและค้างแรมในพื้นที่เมืองพัทลุง เช่นเดียวกันกับในกรณีของจังหวัดเชียงราย ยุทธศาสตร์ที่เสนอในงานนี้จะตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองรองให้เป็นท่องเที่ยวใหม่ของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน

เมืองพัทลุงในปัจจุบันยังไม่มีอัตลักษณ์เฉพาะย่านที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน จึงควรวางผังระดับย่านทั้งสำหรับการท่องเที่ยว การอยู่อาศัยและพาณิยกรรมให้มีความชัดเจนและมีเสน่ห์เฉพาะย่าน หลักการพื้นฐานคือการแบ่งพื้นที่เมืองเป็นย่าน แล้วสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างระหว่างย่าน พร้อมกับการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างย่าน ตัวอย่างเช่น ย่านรอบสถานีรถไฟ ย่านรอบวัดคูหาสวรรค์ รวมไปถึงพื้นที่ริมน้ำบริเวณลำปำ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาวัดวัง หาดแสนสุข และชุมชนริมคลอง เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจัดทำเส้นทางขนส่งทางเรือภายในทะเลสาบ ฯลฯ อนึ่ง ในปัจจุบันการเชื่อมต่อระหว่างตัวเมืองพัทลุงกับลำปำยังไม่ค่อยดีเท่าใดนัก นักท่องเที่ยวยังต้องพึ่งพาหนะส่วนตัว ในอนาคตจึงควรมีระบบขนส่งสาธารณะหรือระบบขนส่งแบบใหม่ เช่น การใช้แอปพลิเคชั่นเรียกรถ เพื่อลดความจำเป็นในการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์

ยุทธศาสตร์เสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา

ยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาและออกแบบเมืองเพื่อการท่องเที่ยว คือการปรับปรุงหรือพัฒนาภูมิทัศน์โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และน่าถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือแบ่งปันกับผู้อื่น ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ค้างแรมและประชาชนในเมือง เมืองพัทลุงมีเขาอกทะลุที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อเป็นจุดหมายตาที่ดีของเมืองได้ พร้อมกันนี้ ควรพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาอกทะลุที่นักท่องเที่ยวอาจสนใจเยี่ยมชมความเป็นธรรมชาติในเส้นทางขึ้นเขาและการชมทิวทัศน์ที่มองเห็นได้จากยอดเขา นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาพื้นที่บริเวณทางขึ้นเขาอกทะลุ นับตั้งแต่การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรองรับการเข้าถึงด้วยรถไฟและเชื่อมต่อภูเขา รวมไปถึงการพัฒนาเส้นทางขึ้นเขาหัวแตก การออกแบบเมืองในรูปแบบดังกล่าวถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่จะนำไปสู่อัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองที่นำไปต่อยอดในด้านการตลาดได้

ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม

อีกยุทธศาสตร์หนึ่งในการดึงดูดการแวะพักและค้างแรมของนักท่องเที่ยวคือ การสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากพัทลุงมีกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความเด่นเฉพาะตัวอยู่ แต่ในปัจจุบันกิจกรรมเหล่านี้ไม่ได้เกิดในพื้นที่เมือง แต่อยู่นอกเมืองเสียเป็นส่วนใหญ่ โจทย์ในการออกแบบเมืองในส่วนนี้จึงอยู่ที่การสร้างพื้นที่สำหรับกิจกรรมเหล่านี้ โดยอาจไม่ต้องเป็นพื้นที่ถาวร แต่สามารถใช้แสดงและดำเนินกิจกรรมได้บางช่วงเทศกาลและช่วงเวลา อาทิ หนังตะลุงมีวัฒนธรรมในการแข่งขันกัน ซึ่งสามารถนำมาจัดในเชิงเทศกาลหรือ

การแข่งขันได้ ในกรณีนี้จำเป็นต้องมีพื้นที่จัดงานแข่งขันหนังตะลุง แต่พื้นที่เดียวกันนี้ก็สามารถใช้การแสดงมโนราห์ได้เช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการดึงดูดให้คนพักค้างในเมืองพัทลุง ก็อาจจัดกิจกรรมเหล่านี้ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และในช่วงเย็นและกลางคืน กิจกรรมดังกล่าวอาจรวมไปถึงการแสดงการชนวัวสาธิต เป็นต้น

พื้นที่หนึ่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อกิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ ลานหน้าศาลากลางที่สามารถปรับปรุงเป็นลานสำหรับจัดเทศกาลและการแสดงของเมือง พื้นที่ใกล้เคียงวิทยาลัยนาฏศิลป์พัทลุงและถนนมโนราห์ เพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวพัทลุง สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น รวมไปถึงประสบการณ์สัมผัสวิถีการดำนา เป็นต้น

ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งขับรถผ่านพัทลุงไปโดยไม่ได้แวะพักหรือค้างแรม ด้วยลักษณะเส้นทางการสัญจรรถตู้และรถทัวร์ต่าง ๆ ไม่ผ่านตัวเมืองพัทลุง ทำให้คนส่วนมากยังขาดการรับรู้ถึงการมีอยู่เมืองพัทลุง ฉะนั้น การสร้างจุดหมายตาหรือสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวแวะเข้าเมืองพัทลุง โดยอาจพัฒนาซุ้มประตู หรือ Gateway ที่แสดงอัตลักษณ์หรือแบรนด์ของเมือง อีกวิธีการหนึ่งคือการพัฒนาพื้นที่ก่อนจะถึงตัวเมืองพัทลุง เพื่อให้ผู้เดินทางรับรู้ว่าจะถึงตัวเมืองพัทลุงแล้ว และดึงดูดให้แวะเยี่ยมเข้าไปในตัวเมืองพัทลุง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ

ข้อเสนอในภาพรวมของงานวิจัยนี้คือ ความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบ พัฒนา และบริหารจัดการพื้นที่เมือง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของโครงสร้างพื้นฐานในเมืองให้สะดวก สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และทันสมัย พร้อมกับสร้างความยั่งยืนด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มักได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยว ไปจนถึงการรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองที่เป็นไปตามบริบทที่เหมาะสม ดังนั้น ความเป็นเมืองท่องเที่ยว 4.0 ที่เป็นเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จึงไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยให้เกิดประโยชน์เท่านั้น แต่ต้องรวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาเมืองที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองโดยรวม รวมถึงแบรนด์ของเมืองที่ได้คนในเมืองได้ร่วมกันพัฒนาขึ้นมาเพื่อรักษาและสร้างเสริมอัตลักษณ์ของเมืองที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

นอกจากนี้ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไม่ได้อยู่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้จากการท่องเที่ยว แต่ต้องรวมไปถึงการใช้การท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนการขยายฐานทางเศรษฐกิจของเมืองให้กว้างและหลากหลายมากขึ้น มีมูลค่าสูงขึ้น และเป็นธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองขนาดกลางและขนาดเล็ก หน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวจึงต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการพัฒนาพื้นที่ให้ครอบคลุมพื้นที่ให้กว้างขึ้น โดยขยายเป็นระดับเมืองและย่าน ตาม

หลักการพัฒนาและออกแบบเมืองที่ยั่งยืน ข้อเสนอในภาพรวมดังกล่าว สามารถแปลงออกมาเป็นข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ระดับประเทศ ได้ดังต่อไปนี้

1) ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
2) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
3) ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง
4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว
5) ยุทธศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม
6) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในระดับย่าน
7) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์แต่ละด้านมีแนวคิดและโครงการโดยคร่าวดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

ในปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และพันธกิจด้านการโยธาธิการและผังเมืองอยู่แล้ว แต่ขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองยังมีอยู่จำกัด นับตั้งแต่ด้านกรอบแนวคิด วิธีการ ไปจนถึงทรัพยากรบุคคลและด้านงบประมาณ รวมไปถึงข้อจำกัดด้านความรู้ด้านการท่องเที่ยวและทักษะในการที่ถ่ายทอดออกมาเป็นแผนและผังการพัฒนาเมือง แม้ว่าหน่วยงานส่วนภูมิภาคยังควรมีบทบาทสำคัญในด้านการพัฒนาพื้นที่ในระดับท้องถิ่น แต่ก็ควรส่งเสริมให้องค์กรระดับท้องถิ่นรับบทบาทในการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นกว่าปัจจุบัน อีกทั้งงานด้านผังเมืองที่ดำเนินการอยู่ ยังเน้นด้านการควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นหลัก ไม่ได้มองไปถึงภาพของการพัฒนาเมืองในอนาคต จึงควรส่งเสริมขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองในรูปแบบที่ได้นำเสนอไปในงานศึกษานี้

หนึ่งในแผนงานที่อาจดำเนินการได้ตามยุทธศาสตร์นี้คือ การสร้างความร่วมมือด้านวิชาการระหว่างภาคีสำคัญ ได้แก่ กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาที่มีการสอนด้านการผังเมืองและการออกแบบที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ความร่วมมือดังกล่าวควรมุ่งไปที่การยกระดับขีดความสามารถในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยไม่ให้กลายเป็นโครงการหนึ่งที่ทำให้ท้องถิ่นต้องพึ่งส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาคมากขึ้น และให้เนื้อหาครอบคลุมมากกว่าเป็นการถ่ายทอดกระบวนการจัดทำผังเมืองรวมดังที่ดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

การขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีแรงผลักดันและเกื้อหนุนจากภาคเอกชนในพื้นที่ ทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาอสังริมทรัพย์ และสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ตัวอย่างที่เด่นชัดจากกรณีศึกษาในงานนี้คือบริษัท ภูเก็ตพัฒนาเมือง จำกัด โครงสร้างพื้นฐานเมืองในหลายด้านจำเป็นต้องมีการลงทุนร่วมกับระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน จึงต้องมีการออกมาตรการด้านการเงินและการคลังที่เอื้อต่อการลงทุนของภาคเอกชนด้วย ในหลายเมืองมีสมาคมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องอยู่แล้ว อาทิ สมาคมผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมักเป็นกลุ่มทุนสำคัญในพื้นที่ จึงควรเปิดโอกาสและสร้างกระบวนการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองร่วมกับกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ส่วนในเมืองขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น พัทลุง ยังมีข้อจำกัดของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ก็ต้องมีการส่งเสริมธุรกิจในด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น

ในขณะเดียวกัน ก็ต้องเปิดให้ประชาสังคมในเมืองเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไปพร้อมกัน เพื่อให้แนวทางและผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน และเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ไม่ใช่เฉพาะนักธุรกิจในพื้นที่เท่านั้น ดังนั้น การจัดตั้งองค์กรในระดับท้องถิ่นในรูปแบบบรรษัทพัฒนาเมืองซึ่งมีการร่วมหุ้นส่วนกันระหว่างหลายภาคี ไม่เฉพาะภาคเอกชนดังในกรณีของภูเก็ต แต่รวมไปถึงหน่วยงานท้องถิ่นและมีตัวแทนด้านประชาสังคมเข้าร่วมด้วย นับเป็นช่องทางหนึ่งที่ควรศึกษาและทดลองดำเนินการต่อไป

ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง

การแก้ไขปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์เมืองที่ชัดเจนและเป็นระบบ หลักการพื้นฐานของการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของเมืองคือส่วนใดที่เอกชนสามารถทำได้และดีกว่าหน่วยงานภาครัฐ ก็ควรเปิดโอกาสให้เอกชนทำ โดยอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความเป็นธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวและสังคมโดยรวม ตัวอย่างที่ชัดเจนในส่วนนี้คือโรงแรมและสถานที่พักค้าง ซึ่งภาคเอกชนสามารถเพิ่มลดระดับการรองรับนักท่องเที่ยวได้ตามกลไกตลาด รัฐไม่มีความจำเป็นสร้างหรือจัดหาสินค้าในส่วนนี้ แต่ส่วนใดที่เอกชนทำไม่ได้เอง ก็ต้องเป็นหน้าที่ของรัฐในการสนับสนุนด้านการเงินการคลัง กฎระเบียบ และองค์กร รวมไปถึงการสร้างหุ้นส่วนและการร่วมลงทุน ตัวอย่างในด้านนี้คือ บริการพื้นฐานสาธารณะต่าง ๆ ตั้งแต่การขนส่ง การจัดการขยะและน้ำเสีย และการประปา เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของเมืองมีอยู่หลายด้าน ในที่นี่จะเสนอเพียงประเด็นตัวอย่างในด้านการสัญจร ซึ่งมีผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

เพิ่มขีดความสามารถด้านการสัญจร

ปัญหาสำคัญอันดับแรกที่เกิดขึ้นในเมืองท่องเที่ยวและมีผลกระทบโดยตรงต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวคือระบบการสัญจรยังไม่สะดวกสบาย ปลอดภัยและเชื่อใจได้เท่าที่ควร ปัญหาที่สำคัญคือเมืองท่องเที่ยวในประเทศ

ไทยนอกเหนือจากกรุงเทพมหานครแล้ว แทบทั้งหมดขาดระบบการขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพและตอบรับความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและคนที่อยู่อาศัยในเมือง แม้ว่าในเมืองเหล่านี้จะมีบริการรถตู้ รถแท็กซี่และการขนส่งรูปแบบอื่นอยู่ แต่ก็ทำให้ต้นทุนในการเดินทางแพง และทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัด

พัฒนาระบบรถประจำทาง

ในปัจจุบัน เมืองท่องเที่ยวชั้นนำทั้งภูเก็ตและเชียงใหม่ เริ่มให้ความสำคัญกับระบบขนส่งมวลชนมากขึ้น โดยมีนโยบายและแผนการพัฒนาระบบรถไฟรางเบา (light rail) ในพื้นที่เมือง แต่ยุทธศาสตร์สำคัญที่สามารถดำเนินการได้ในระยะสั้นและระยะกลางคือ การพัฒนาระบบรถประจำทางในเมือง โดยเฉพาะรถประจำทางที่วิ่งรับผู้โดยสารระหว่างสนามบิน สถานีขนส่งรถประจำทาง กับแหล่งที่พักและท่องเที่ยวสำคัญในเมือง อย่างไรก็ตาม โดยพื้นฐานแล้ว ธุรกิจขนส่งสาธารณะนั้นยากที่จะคุ้มทุนหรือทำกำไรได้ โดยเฉพาะในเมืองขนาดกลางและขนาดเล็ก ดังนั้น เงื่อนไขสำคัญของยุทธศาสตร์ในส่วนนี้คือ รัฐต้องสนับสนุนระบบขนส่งมวลชนในเมืองด้านการเงินการคลัง โดยอาจร่วมทุน ให้เงินอุดหนุน หรือใช้มาตรการอื่น ๆ เพื่อให้การบริการดังกล่าวยังสามารถดำเนินต่อไปได้ แม้อาจไม่คุ้มค่าด้านการเงิน (financially feasible) แต่คุ้มค่าทางด้านเศรษฐกิจ (economically feasible)

ส่งเสริมระบบการขนส่งทางเลือก

นักท่องเที่ยวอาจไม่ต้องการขึ้นรถโดยสารสาธารณะเสมอไป โดยเฉพาะคนที่มีเวลาจำกัดหรือต้องการท่องเที่ยวแบบอิสระ ในปัจจุบันมีธุรกิจให้เช่ารถยนต์หรือรถจักรยานยนต์อยู่มากแล้ว บทบาทของรัฐในส่วนนี้จึงควรมุ่งไปที่การควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่ปลอดภัยและเป็นธรรม อย่างไรก็ตาม ระบบขนส่งทางเลือกใหม่ ๆ ที่เริ่มได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวคือ การใช้แอปพลิเคชันในการเรียกรถ (rail hailing services) ซึ่งมีทั้งการเรียกรถยนต์ส่วนตัว รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์ หรือแม้แต่รถแดงที่เชียงใหม่ เป็นต้น แต่ปัจจุบัน ระบบบริการเรียกรถเหล่านี้หลายส่วนยังถือว่าผิดกฎหมาย ถึงแม้ว่าในเชิงพฤตินัย จะมีผู้ใช้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก และมีบริษัทรายใหญ่ระดับประเทศและระดับโลกลงทุนถือหุ้นในบริษัทที่ให้บริการดังกล่าวแล้ว เมืองท่องเที่ยวชั้นนำ นับตั้งแต่กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ รวมไปถึงในตัวเมืองเชียงราย ก็มีบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันเหล่านี้แล้ว แนวโน้มที่ชัดเจนคือจะมีนักท่องเที่ยวและคนทั่วไปใช้บริการดังกล่าวมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม จะต้องดำเนินการศึกษาเพื่อให้ได้บทสรุปและทางออกเกี่ยวกับระบบการขนส่งทางเลือกดังกล่าว

นอกจากนี้ การให้บริการเช่ารถจักรยานสาธารณะทั้งแบบที่มีสถานีและไม่มีสถานี (dockless bike sharing) เริ่มได้รับความนิยมบ้างในเมืองท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ โดยเฉพาะสำหรับคนจีนแผ่นดินใหญ่ที่คุ้นชินกับ

บริการสาธารณะดังกล่าว รวมไปถึงบริการเช่าสกู๊ตเตอร์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นอีกทางเลือกใหม่ที่เริ่มพบเห็นแล้วในหลายเมืองทั่วโลก และเริ่มมีให้บริการในเมืองเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม ยังไม่ได้มีการวางแผนรองรับการบริการขนส่งทางเลือกเหล่านี้อย่างเป็นระบบ ทั้งในเรื่องโครงข่าย พื้นที่จอด กฎระเบียบ รวมไปถึงผลประโยชน์และภาระที่เกิดขึ้นกับเมือง ประเด็นเหล่านี้จำเป็นต้องมีการศึกษาและวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองไว้ก่อน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงควรเริ่มพิจารณาและกำหนดยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการขนส่งทางเลือกเหล่านี้

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว

แม้ว่ากระบวนการวางแผนนโยบายในระดับเมืองได้เปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด อีกทั้งกรอบแนวคิดและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมยังเน้นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน การวางแผนเมืองท่องเที่ยวสำหรับอนาคตจำเป็นต้องมองภาพกว้างและไกลกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงควรมีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตของเมืองร่วมกันของคนในเมือง

กิจกรรมหนึ่งที่ควรส่งเสริมในยุทธศาสตร์นี้คือ การจัดการประชุมเพื่อคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์แบบมีส่วนร่วม (participatory strategic foresight workshops) ในแต่ละท้องถิ่น ในอุดมคติ หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเป็นเจ้าภาพในการดำเนินกระบวนการดังกล่าวได้ ก็จะทำให้สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้ไปสานต่อเป็นแผนยุทธศาสตร์และโครงการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ได้ อย่างไรก็ตาม หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถรับงานส่วนนี้ได้ ก็อาจให้สถาบันการศึกษา กลุ่มประชาคม หรือกลุ่มธุรกิจในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพ แต่ต้องเน้นการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างครอบคลุม โดยในเบื้องต้นอาจใช้เงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานที่ให้ทุนวิจัยเชิงพื้นที่ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ฯลฯ แต่ท้ายที่สุดต้องผลักดันให้มีการกำหนดการดำเนินงานส่วนนี้ต่อไปไว้ในงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำจำเป็นต้องมีแบรนด์ของเมืองที่สื่อถึงอัตลักษณ์ทั้งในระดับเมืองและย่าน แต่การพัฒนาแบรนด์ของเมืองที่ผ่านมามักดำเนินการโดยนักวิชาการหรือบริษัทที่ปรึกษาเป็นหลัก จึงไม่ได้รับการยอมรับหรือใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายในเมืองนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายเอาแนวคิดจากแบรนด์มาออกแบบและพัฒนาเมืองต่อ ดังนั้น จึงควรมีกระบวนการพัฒนาแบรนด์ของเมืองหรือบางย่านของเมืองที่เปิดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความรู้เป็นเจ้าของในแบรนด์ที่พัฒนาขึ้นมา และนำไปประยุกต์ใช้ต่อในสายงานของตนเองได้อย่างเต็มที่

กิจกรรมการพัฒนาแบรนด์ที่เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์นี้ควรดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กับกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งได้ว่าจ้างที่ปรึกษาในการ

พัฒนาแบรนด์ของหลายจังหวัดไปแล้ว หากสามารถให้สื่อสาธารณะต่าง ๆ ทั้งของรัฐ เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส หรือสื่อออนไลน์ของเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาแบรนด์ได้ตั้งแต่ต้น ก็จะสามารถวางกลยุทธ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยวในระดับย่าน

การวางผังเมืองในประเทศไทยที่ผ่านมามักเน้นไปที่การจัดทำผังเมืองรวม และมุ่งไปที่การใช้มาตรการผังเมืองในเชิงควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารเป็นหลัก ความท้าทายสำคัญของเมืองท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไปแล้วในตอนต้นคือ การกระจายผลประโยชน์และภาระที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อการท่องเที่ยวขยายเข้าไปในแหล่งชุมชนอยู่อาศัยเดิมมากขึ้น และสร้างผลกระทบต่อชุมชน ยุทธศาสตร์หนึ่งที่มุ่งจัดการกับความท้าทายดังกล่าวคือ การวางแผนและผังในระดับย่านที่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และรับมือกับการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ในการนี้ อาจใช้วิธีการวางแผนแบบฉากทัศน์หรือการมองอนาคตร่วมกันของคนในพื้นที่ก็ได้ ประโยชน์ของการวางแผนและผังระดับย่านมิใช่เพียงผลผลิตที่เป็นแผนผัง ซึ่งถือเป็นข้อตกลงพื้นฐานของชุมชน แต่คือกระบวนการมีส่วนร่วมที่คนในชุมชนสามารถปรึกษาหารือ ต่อรองและสร้างฉันทามติร่วมกัน

ทั้งนี้ เมื่อได้แผนผังในระดับย่านแล้ว ก็ควรมีการจัดทำแนวทางการออกแบบ (design guidelines) ของย่านนั้น โดยอาจหาช่องทางใช้มาตรการทางกฎหมาย เช่น การออกข้อบัญญัติท้องถิ่นในการควบคุมอาคาร หรือมาตรการด้านการคลัง เช่น การให้เงินอุดหนุน หรือการลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างให้กับเจ้าของอาคารในการสร้างหรือรักษาอาคารให้เป็นไปตามแนวทางการออกแบบที่ได้กำหนดขึ้นมา จากนั้นควรมีโครงการนำร่องที่พัฒนาบางย่านของเมืองตามที่ได้ออกแบบไว้ และเมื่อผลลัพธ์ได้รับการตอบรับที่ดี จึงขยายขอบเขตการดำเนินโครงการไปย่านอื่น ๆ ต่อไปได้

หน่วยงานที่ควรรับผิดชอบเป็นเจ้าภาพในกระบวนการนี้คือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่เนื่องจากพื้นที่เมืองในประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ไม่ได้มีการจัดตั้งประชาคมในระดับย่านที่พบปะกันด้วยวัตถุประสงค์ด้านการวางแผนสำหรับอนาคต ยุทธศาสตร์เชิงองค์กรที่สำคัญในส่วนนี้คือ การเสริมสร้างประชาคมในระดับย่านที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับย่านเข้ามาร่วมกระบวนการวางแผนและผังในระดับย่านร่วมกัน

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาและออกแบบเมืองท่องเที่ยว

คอขวดหลักของการดำเนินยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ ข้อจำกัดด้านบุคลากรในประเทศไทยที่มีความรู้และทักษะด้านการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองที่เข้าใจความท้าทายด้านการท่องเที่ยว ข้อจำกัดดังกล่าวมีทั้งด้านจำนวนและด้านขีดความสามารถของบุคลากร

แผนงานหนึ่งที่ควรดำเนินการในยุทธศาสตร์นี้คือ การฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะเบื้องต้นกับเจ้าหน้าที่ด้านโยธาหรือด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่และขนาดกลาง โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่มาร่วมเป็นพี่เลี้ยงหรือทำงานร่วมกัน พร้อมกันนี้ ควรส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาในด้านการผังเมือง การออกแบบเมือง/สถาปัตยกรรมผังเมือง รวมถึงศาสตร์ด้านการออกแบบอื่น ๆ มีความรู้และทักษะในด้านการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแรงกำลังในการวางแผนและออกแบบเมืองท่องเที่ยวต่อไป

อีกแผนงานหนึ่งคือ การส่งเสริมงานวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันอาจยังไม่ลงรายละเอียดในระดับย่านได้ละเอียดมากพอที่จะวางแผนพัฒนาและออกแบบเมืองได้ดี โดยเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ลงรายละเอียดในระดับพื้นที่ และแบ่งกลุ่มตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ไปจนถึงเส้นทางประสบการณ์ (customer journeys) ก่อนและหลังจากที่ได้มาเยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ข้อมูลส่วนนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในการออกแบบแบรนด์ของเมืองและด้านการตลาด และในการวางแผนพัฒนาและออกแบบเมือง นักวิจัยควรทดลองใช้วิธีการวิจัยที่ใช้ข้อมูลมหาศาลตามโซเชียลมีเดียให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2556). ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตปี 2556 (ออนไลน์). http://www.tourism.go.th/assets/portals/1/files/-10202556.pdf. 3 สิงหาคม 256

กรมการท่องเที่ยว. (2557). ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพัทลุงปี 2557 (ออนไลน์) http://www.tourism.go.th/assets/portals/1/files/South%2009%20Profile%20Phatthalung%202014.pdf, 2 สิงหาคม 2561.

กรมการท่องเที่ยว. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2559 (ออนไลน์). http://www.tourism.go.th/view/1/สถิตินักท่องเที่ยว/สถิตินักท่องเที่ยว/200/TH-TH. 2 สิงหาคม 2561.

กาญจนา เทพแก้ว. (2557). เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

กุลดา เพ็ชรวรุณ. (2556). การท่องเที่ยวเชิงเทศกาล. เชียงใหม่ : สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

โครงการจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจชายแดน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. 2560. นักท่องเที่ยวต่างชาติในวันที่เชียงของซบเซา (ออนไลน์). http://rs.mfu.ac.th/obels/?p=1505, 1 สิงหาคม 2561.

โครงการพิทักษ์มรดกสยาม (2555). ถิ่นฐานย่านเก่า (ต้อง)อยู่อย่างไรในกระแสการพัฒนา. บทสรุปการเสนา, 20 มีนาคม 2556 และ 17 มีนาคม 2555 ณ สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

จิตติศักดิ์ ธรรมาภรณ์พิลาศ. (2558). การออกแบบเมืองเบื้องต้น (Urban Design Basic). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาตรี ประกิตนนทการ. (2559). Themed Environments ในวัฒนธรรม Selfie Culture. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว (TAT Review), 2(1/2559), 38-46.

ชูศักดิ์ วิทยาภัค. (2554). การท่องเที่ยวกับการพัฒนา : พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. เชียงใหม่ : ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เทียมสูรย์ สิริศรีภักดี. (2559). รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นฉบับสมบูรณ์โครงการปริทัศน์สถานภาพความรู้เรื่องความเหลื่อมล้ำในเมืองท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธงชัย โรจนกนันท์. (2557). การออกแบบเมือง การวิเคราะห์รูปทรงและโครงสร้างเมือง. กรุงเทพฯ : กรมโยธาธิการและผังเมือง.

บุณยสฤษฏ์ อเนกสุข. (2557). ยล เยี่ยม เยือน เหย้า : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงาน. (ม.ป.ป.). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง และจัดทำแผนที่กลุ่มเมืองท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ปิยะพงษ์ บุษบงก์. (2557). นโยบายพัฒนาเมืองในประเทศไทยในทศวรรษที่ผ่านมา. กรุงเทพฯ: สถาบันคลังปัญญาด้านยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

พนิต ภู่จินดา และ ยศพล บุญสม. (2559). คู่มือออกแบบและวางผังแนวคิดเมือง เมืองท่องเที่ยวด้านนันทนาการและบันเทิง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ.

พศุตม์ ลาศุขะ. (2559). เทียงบาห์รู วัฒนธรรม “ฮิป-ฮิป” การเมืองเรื่องพื้นที่ของประชาชน, 16 พฤษภาคม 2560. http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1453953569.

โพสต์ทูเดย์. 2561. ปรับแผนท่องเที่ยวหาดใหญ่ แบงก์ชาติมั่นใจปลายปีนี้ฟื้นตัว (ออนไลน์). https://www.posttoday.com/social/local/544627, 2 สิงหาคม 2561

ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2552). เมืองโลก การบริโภค การต่อรอง: สังคมวิทยาเมืองฉบับร่วมสมัย. เชียงใหม่ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และอภิวัฒน์ รัตนวราหะ. (2557). ฉากทัศน์ชีวิตคนไทย พุทธศักราช 2576. เชียงใหม่ : สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มูลนิธิส่งเสริมโอลิมปิกวิชาการและพัฒนามาตรฐานวิทยาศาสตร์ศึกษา (สอวน.) (2557). ภูมิศาสตร์มนุษย์. กรุงเทพฯ : ด่านสุทธาการพิมพ์.

ยงธนิศร์ พิมลเสถียร. (2556). การปรับปรุงฟื้นฟูเมืองและการอนุรักษ์เมือง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2554). การสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมชุมชนเมืองน่าอยู่อาศัย : ปัญหาที่มองไม่เห็นและแนวทางแก้ไข. วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง, 8(2), 9-26.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2557). การออกแบบชุมชนเมืองในอนาคต : การท้าทายในศตวรรษที่ 21 the future of urban design : challenges in the 21st century. ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 77 (เม.ย. - มิ.ย. 2557), 37-44.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2558). การบริหารจัดการเมืองและมหานครของไทย. เอกสารประกอบการบรรยายหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการบริหารงานพัฒนาเมือง (มหานคร รุ่นที่ 4) วันที่ 30 พฤษภาคม 2558 ณ โรงแรมเรเนซองส์ ราชประสงค์ กรุงเทพฯ.

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. (2559). สุนทรีย์ของความปลอม. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว (TAT Review), 2(1/2559), 20-27.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 2557. เชียงของ...ความพร้อมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนแห่งใหม่ (ออนไลน์). http://www.maejopoll.mju.ac.th/goverment/20111119104835_2011_maejopoll/Doc_25570403120203_584804.doc, 1 สิงหาคม 2561.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. 2560. วิเคราะห์และสรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยว (ออนไลน์). http://chiangrai.nso.go.th, 1 สิงหาคม 2561.

สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. 2561. วิเคราะห์และสรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลกลางเรื่องการท่องเที่ยว (ออนไลน์). http://phuket.nso.go.th/images/new/mindmap_statEX/data/vtour.pdf, 3 สิงหาคม 2561.

สิริมา ศิริมาตยนันท์. (2010). ฮ่องกงเมืองแห่งเอเชีย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุมิตรา ศรีวิบูลย. (2007). การสรางแบรนดเมือง : อีกแงมุมหนึ่งของการสื่อสารแบรนด์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ (2562) ปริทัศน์สถานภาพความรู้ด้านอนาคตศึกษา. รายงานฉบับสมบูรณ์ เสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2559). จำกัดนักท่องเที่ยวจีนโดยด่วน, 17 พฤษภาคม 2560. https://prachatai.com/journal/2016/02/64319.

เอกอนันต์ จันทร์เอี่ยม. (2547). จิตวิญญาณดั้งเดิมกับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่. ปริญญานิพนธ์สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.

ภาษาอังกฤษ

Anholt, S. (2008). Nation branding, place branding, destination branding, country branding, Competitive Identity ... what does it all mean? [On-line]. Available: http://simonanholt.com

Ashworth, G. (2011). Questioning the Urban in Urban Tourism. In Urban and Landscape Perspectives: New Perspectives for Tourism and Leisure (pp. 207-220). U.S.A.: Springer.

Athens Cocreation 2013). City Branding: The Case of Copenhagen and Paris. https://athenscocreation.wordpress.com/

Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources. Canadian Geographer, 24(1980), 5-12.

CEOs for Cities (2006) Branding Your City. URL: https://ceosforcities.org/wp-content/uploads/2015/12/Branding-Your-City.pdf

Cooper, Chris. (2008). Tourism: principle and practices. 4th ed. Milan: Italy.

Dinnie, K. (2011). City Branding Theory and Cases. London: Palgrave Macmillan UK.

Harvey, D. (1990). The Condition of Postmodernity. Oxford: Blackwell.

Hayllar, B., Griffin, T. and Edwards, D. (2008). Urban Tourism Precincts: Engaging with the Field. In City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts (pp. 3-18). U.S.A.: Elsevier.

Inayatullah, S. (2004). The Causal Layered Analysis (CLA) Reader: Theory and Case Studies of an Integrative and Transformative Methodology. Taipei: Tamkang University Press.

Keller, K. L. (2002). Branding and Brand Equity. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

Kelly, I. (2008). Precincts within the Urban Form: Relationships with the City. In City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts (pp. 107-126.). U.S.A.: Elsevier.

Lynch, K. (1960). The Image of the City. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Maciocco, G. (2011). Places for Leisure: Places for City. In Urban and Landscape Perspectives: New Perspectives for Tourism and Leisure (pp. 19-43). U.S.A.: Springer.

Mommas, H. (2003). City Branding. In Greg Kerr. April-June 2006. 'From destination brand to location brand'. Brand Management, vol. 13, no.4/5, 276-283.

National Intelligence Council (2012). Global Trends 2030: Alternative Worlds. Washington, D.C.: National Intelligence Council.

Ritchie, J. R. and Ritchie, J. B. (1998). The branding of tourism destinations. In Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism, Morocco, September.

Seppo K. R. (2003). Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and the United States.

Shepard, W. (2016). Slum Tourism: How It Began, The Impact It Has, And Why It Became So Popular. Forbes. Jul 16, 2016.

Smart Cities Team (2013). City Branding: The case of Lyon (France). https://www.slideshare.net/SmartCitiesTeam/city-branding-the-case-of-lyon-france-and-stockholkm-sweden.

Spirou, C. (2011). Urban Tourism and Urban Change. U.S.A.: Routledge.

Tschirhart, M. (2002) “Iden-tity Management and the Branding of Cities.” Campbell Public Affairs Institute, Syracuse University. URL : www.pmranet.org/conferences/georgetownpapers/Tschirhart.pdf.

UNWTO. (2012). Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. Madrid: UNWTO.

Urry, J. (2002). The Tourist Gaze. 2nd ed. London: Sage.

Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. Foresight, 5(3), 10-21.

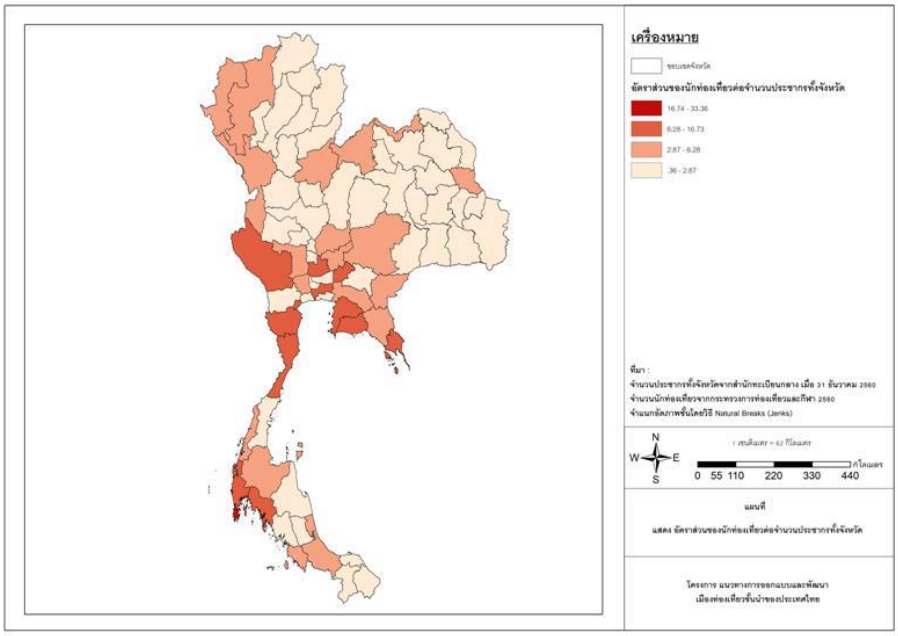
Wearing, S. et al. (2010). Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveler. Sage Publications.

Young, B. (1983). Touristization of Traditional Maltese Fishing-Farming Villages. Tourism Management, 4(1983), 35-41.

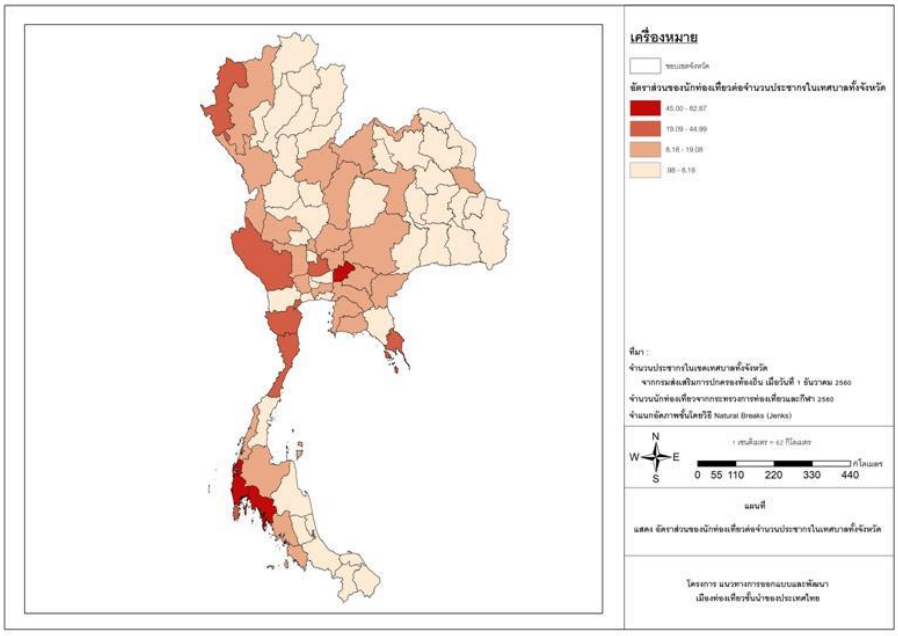
ภาคผนวกที่ 1

แผนที่แสดงการกระจายตัวของอัตราส่วนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

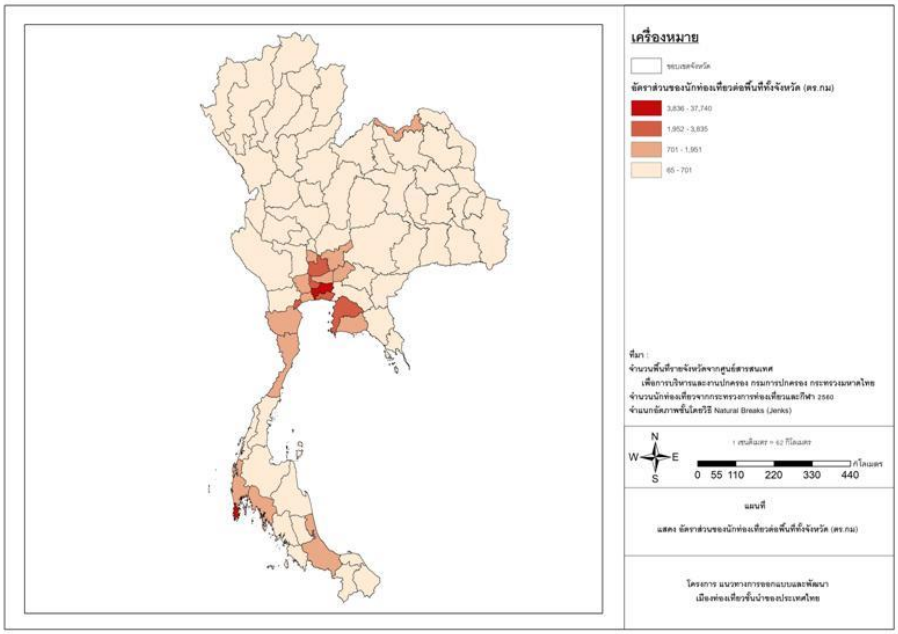
อัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรทั้งจังหวัด



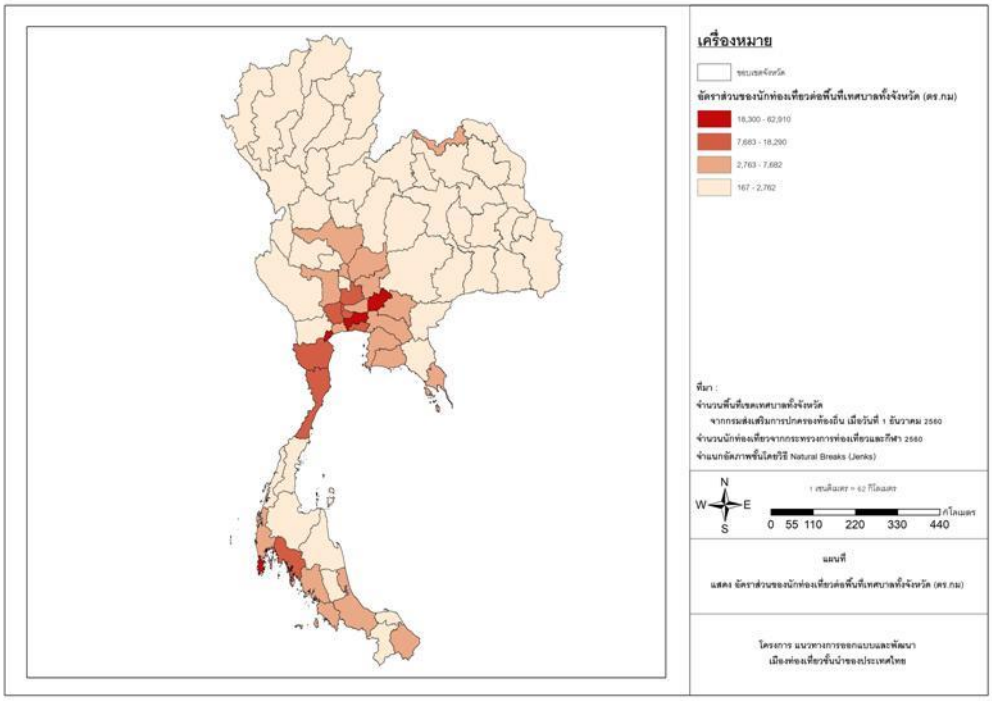
อัตราส่วนนักท่องเที่ยวต่อประชากรในเทศบาลทั้งจังหวัด



ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่ทั้งจังหวัด



ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อพื้นที่เทศบาลทั้งจังหวัด



ภาคผนวกที่ 2

กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์เมือง

เนื้อหาในส่วนนี้สรุปประสบการณ์และแนวทางการพัฒนาแบรนด์เมืองในต่างประเทศ 5 แห่ง คือ เมืองนิวยอร์ก เมืองบาร์เซโลนา เมืองฮ่องกง กรุงโซล และเมืองซิดนีย์

1. เมืองนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา

มหานครนิวยอร์กเป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจของโลก ใน ค.ศ. 1970 เมืองนิวยอร์กตัดสินใจปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์จากเดิมที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเงิน มาเป็นการท่องเที่ยว จึงได้ว่าจ้างบริษัทโฆษณาชื่อ Wells, Rich and Greene และนักออกแบบกราฟิกผู้มีชื่อเสียง คือ Milton Glaser เป็นผู้ออกแบบสัญลักษณ์และคำขวัญ “I Love NY” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการรณรงค์โฆษณาเพื่อสร้างแบรนด์ให้กับเมือง ซึ่งนับว่าเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและจดจำของคนทั่วโลกมาจนทุกวันนี้ (Pfefferkorn, 2005)

ต่อมาในราวต้นทศวรรษ 1980 ประชาชนที่อาศัยอยู่ในนิวยอร์กเริ่มย้ายออก การลงทุนลดลงเนื่องจากปัญหาอาชญากรรม จนกระทั่งต้นทศวรรษ 1990 เปนต่นมา นิวยอร์กจึงสามารถแก้ภาพลักษณ์ใหม่เป็นศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศ การค้า การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยจากกรณีศึกษานี้จะเห็นว่าการสร้างแบรนด์ของนิวยอร์กตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันล้วนมาจากความต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองในแต่ละช่วงเวลาที่เมืองประสบปัญหา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นใหม่ให้กับเมืองโดยเร็ว ไม่ว่าจะเป็นช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ที่นิวยอร์กเผชิญปัญหาด้านอาชญากรรม หรือเหตุการณ์ 9/11 เมื่อ ค.ศ. 2001 ที่ทำให้ประชาชนหวาดกลัวภัยจากผู้ก่อการร้าย เป็นต้น การจัดการแบรนด์ของนิวยอร์กเป็นรูปแบบแบรนด์แบบผสมผสาน (Schirhart, 2002) โดยมีทั้งแบรนด์เมือง แบรนด์ของกรม กองต่าง ๆ เช่น NYPD (New York Police Department) หรือแบรนด์ของทีมกีฬา เช่น NY Yankees เป็นต้น แต่ละแบรนด์ล้วนมีลักษณะเฉพาะตัวทั้งสิ้น จึงต้องมีการบริหารจัดการที่มีลักษณะเฉพาะ แต่ไม่ว่าจะเป็นการจัดการรูปแบบใดก็ตาม สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือ การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

ภาพที่ 1 สัญลักษณ์ “I Love NY”

ที่มา : https://www.iloveny.com/



ภาพที่ 2 จุดหมายตาสำคัญของมหานครนิวยอร์ก Times Square

ที่มา : http://www.travelandleisure.com/slideshows/worlds-most-visited-tourist-attractions#3

อย่างไรก็ดีหากพิจารณาการสร้างภาพลักษณ์กับการพัฒนาเมือง ซึ่งหมายรวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของมหานครนิวยอร์ก จะเห็นได้ว่า มหานครนิวยอร์กได้มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาเมืองที่ทำให้เมืองกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเงินของโลกมาแต่แรก การสร้างภาพลักษณ์ของมหานครนิวยอร์กจึงไม่ใช่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมากที่ตอบสนองต่อการสร้างภาพลักษณ์หรือแบรนด์ของเมือง แต่เป็นการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมโครงสร้างพื้นฐาน องค์ประกอบของเมืองในด้านอื่น ๆ ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่จะดึงดูดการท่องเที่ยวให้กับเมือง ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่ามหานครนิวยอร์กนั้นเป็นกรณีศึกษาที่ไม่ได้สร้างแบรนด์ขึ้นมาใหม่แต่เป็นการรีแบรนด์ (Re-Branding) ของเมืองเพื่อตอบสนองและดึงดูดการท่องเที่ยว

2. เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

เมืองบาร์เซโลนาเป็นเมืองที่มีประชากรจำนวนมากเป็นอันดับที่สองของประเทศสเปน บาร์เซโลนายังเป็นเมืองที่ผู้คนจดจำจากภาพลักษณ์ที่ดีในระดับนานาชาติ โดยที่มาของชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของเมืองมาจากการที่มีความเป็นเมืองที่เปิดรับและรองรับผู้คนได้จากทุกชาติทุกภาษา มีการนำความสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาใช้กับเมือง วัฒนธรรมกับคุณภาพชีวิตของผู้คนในเมือง ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่เป็นแกนสำคัญของการสร้างแบรนด์ให้กับเมืองบาร์เซโลนา เมืองบาร์เซโลนายังเป็นเมืองที่ติดอันดับที่สี่ของเมืองที่ดึงดูดการดำเนินการธุรกิจของทวีปยุโรป โดยเป็นรองเพียงเมืองลอนดอน เมืองปารีสและเมืองแฟรงก์เฟิร์ต และยังเป็นเมืองที่เหมาะสมต่อการจัดการประชุมระดับนานาชาติเป็นลำดับที่สามในทวีปยุโรป เป็นรองแค่เมืองปารีสและเมืองเวียนนา ปัจจัยเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญที่ทำให้เมืองบาร์เซโลนาสามารถสร้างแบรนด์ของเมืองได้

ปัจจัยด้านแรกที่จำเป็นต้องพิจารณาในการสร้างแบรนด์ของเมืองบาร์เซโลนาคือ การสร้างแบรนด์ให้กับเมืองนั้นเป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนเมืองที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ในระยะยาว กระบวนการ และโครงการที่สอดคล้องและหลากหลายเพื่อให้ก่อรูปร่างแบรนด์ของเมืองให้ชัดเจนขึ้น เมืองบาร์เซโลนาอาศัยช่วงเวลาในการเป็นเจ้าภาพจัดงานโอลิมปิกใน ค.ศ. 1992 ในการเป็นโครงการสำคัญที่จะสร้างแบรนด์ใหม่ให้กับเมือง โดยใช้ระยะเวลาหลายปีก่อนหน้านั้น ในการดำเนินการเพื่อให้ได้เป็นเจ้าภาพการจัดกีฬาโอลิมปิก โดยส่วนที่ปรับเปลี่ยนเป็นสิ่งแรก คือ แผนยุทธศาสตร์ของเมืองและผังเมือง ทำให้เกิดแผนพัฒนาพื้นที่สำคัญ เช่น พื้นที่โครงสร้างพื้นฐาน สนามบิน ท่าเรือ ถนน การเปิดพื้นที่เมืองไปสู่ชายฝั่งทะเล การปรับปรุงฟื้นฟูเมืองและการนำความเป็นชุมชนกลับมาอีกครั้ง สร้างระบบสาธารณสุขและการศึกษาที่ทันสมัย และแผนในการสร้างธุรกิจแบบใหม่และพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้กับเมือง องค์ประกอบเหล่านี้เป็นส่วนแรกที่ทำให้การสร้างแบรนด์ของเมืองนี้ประสบความสำเร็จ

การจัดงานกีฬาโอลิมปิกของเมืองบาร์เซโลนาทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ให้กับเมืองและนำเสนอภาพลักษณ์ต่อนานาชาติถึงการเป็นเมืองที่ทันสมัย สร้างสรรค์และมีความคิดที่ใหม่ จนทำให้เกิดคุณภาพชีวิตของผู้อาศัยที่ดีซึ่งทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและความภาคภูมิใจของผู้อาศัย ทั้งนี้ กระบวนการมีส่วนร่วมของพลเมืองในเมืองบาร์เซโลนานั้นเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้การสร้างแบรนด์ของเมืองประสบความสำเร็จ มีการดำเนินงานทุกกระบวนการจากการมีผู้นำท้องถิ่นที่มีวิสัยทัศน์และมาจากการเลือกตั้งของพลเมือง



ภาพที่ 3 สัญลักษณ์การแข่งขันโอลิมปิก ค.ศ. 1992 ที่ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

ที่มา : http://www.barcelonaolimpica.net/barcelona92/simbolos-cultura-e-identidad/el-diseno-y-la-imagen-de-los-juegos/2260-2/

อีกเหตุผลหนึ่งที่เป็นส่วนสร้างความสำเร็จให้กับการสร้างแบรนด์ให้กับเมืองบาร์เซโลนาคือ การผสมผสานความแตกต่างและเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ได้อย่างลงตัวทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภาษา อาหาร ภูมิทัศน์และสภาพภูมิอากาศที่หลากหลาย ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้อนรับและเปิดกว้างต่อผู้คนที่หลากหลายและยังสะท้อนการมีคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในเมืองนี้



ภาพที่ 4 ทัศนียภาพของปรับปรุงฟื้นฟูเมืองเพื่อเป็นย่านนวัตกรรมในเมืองบาร์เซโลนา

ที่มา : http://xavierferras.blogspot.com/2012/04/22-barcelona-innovation-model-to-export.html?m=1

ในปัจจุบัน เมืองบาร์เซโลนาเป็นเมืองที่ผู้คนจดจำได้ในระดับโลก ปัจจัยที่สำคัญในการสร้างแบรนด์ของเมืองคือ การพยายามปรับปรุงพื้นที่เมืองอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองโดยอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำจากท้องถิ่นที่เข้มแข็งร่วมกับการมีส่วนร่วมของพลเมือง และอาศัยช่วงเวลาที่สำคัญเป็นหมุดหมายในการสร้างแบรนด์ให้กับเมืองคือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันโอลิมปิกใน ค.ศ. 1992 ทำให้มีแรงจูงใจในการปรับปรุงเมืองทั้งหมด ทำให้การจัดกีฬาโอลิมปิกสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของเมืองบาร์เซโลนาที่ปรับปรุงใหม่ ไปสู่สายตาชาวโลกได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้การสร้างแบรนด์ของเมืองบาร์เซโลนาประสบความสำเร็จได้

3. เมืองฮ่องกง เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

เขตบริหารพิเศษฮ่องกงได้จัดให้มีการเปิดตัวโครงการ Brand HK ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2001 ต่อผู้เข้าร่วมงาน FORTUNE Global Forum จากนานาประเทศโดยมีการวางแผนปรับกลยุทธ์สำหรับการสร้างตราสินค้า (Branding Strategy) มาประยุกต์ใช้กับการสร้างภาพลักษณ์และจุดยืนที่ชัดเจนให้กับเมืองฮ่องกงอีกทั้งยังมีการใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร (Communication Strategy) การสื่อสารด้วยภาพและข้อความต่าง ๆ (Visual Identity and Brand line) ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความเป็นฮ่องกง

ทางเขตบริหารพิเศษฮ่องกงได้ดำเนินการสำรวจภาพลักษณ์ของเมืองฮ่องกงขึ้นใหม่ใน ค.ศ. 2008-2009 โดยกลุ่มที่ได้เข้าร่วมกับการสำรวจ ได้แก่ ผู้ที่ทำงานในภาครัฐบาลหรือเกี่ยวข้องกับรัฐบาล กลุ่มผู้นำทางความคิดและมีการสำรวจกับกลุ่มประชาชนชาวฮ่องกงทั่วไปซึ่งได้ผลสรุปว่า เมืองฮ่องกงเป็นเมืองที่ทันสมัยเต็มไปด้วยสีสันและแรงขับเคลื่อนของภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความหลากหลายของมิติทางวัฒนธรรมและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจากผลการสำรวจนี้เองทำให้การสร้างสรรค์ Brand Hong Kong เป็นไปอย่างชัดเจน การสื่อสารของ Brand Hong Kong ผ่านทางสัญลักษณ์มังกรและข้อความ “Asia’s world city” ช่วยตอกย้ำภาพลักษณ์ของเมืองฮ่องกงในความเป็นเมืองที่เปี่ยมด้วยเสน่ห์แห่งเอเชียให้เด่นชัดอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหลายปี แบรนด์ของเมืองฮ่องกงสามารถสื่อสารให้เห็นถึงคุณลักษณะและบุคลิกอันเป็นเอกลักษณ์ อันเป็นเสน่ห์ของเมืองที่ทำให้เมืองเมืองฮ่องกงเป็นเมืองพิเศษที่มีเอกลักษณ์น่าจดจำ โดยประกอบไปด้วยคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- ความหลากหลายทางเชื้อชาติและมิติทางด้านวัฒนธรรม (Cosmopolitan) : เมืองฮ่องกงมีลักษณะเด่นของความเป็นเมืองนานาชาติที่ย่อโลกทั้งใบเอาไว้ โดยมีความเป็นสากลที่ผสมผสานระหว่างข้อดีของวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกได้อย่างลงตัว
- ความปลอดภัย (Secure) : เมืองฮ่องกงมีความโดดเด่นในเรื่องของการเคารพกฎหมายและการให้ความยุติธรรมต่อระบบการพิพากษา เป็นสังคมที่ปลอดการคอร์รัปชันในทุก ๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลหรือภาคเอกชน ซึ่งสามารถทำให้ประชาชนรู้สึกปลอดภัย มั่นคง อีกทั้งยังเป็นการสร้าง

ความเชื่อมั่นต่อการลงทุนหรือประกอบธุรกิจในฮ่องกงให้ธุรกิจพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่องและสามารถแข่งขันในระดับโลกได้

- การเชื่อมต่อ (Connected) : เมืองฮ่องกงเป็นจุดศูนย์รวมที่สามารถติดต่อและเชื่อมโลกทั้งใบไว้ในเมืองแห่งนี้ด้วยระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานชั้นเยี่ยม รวมถึงระบบเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพซึ่งทำให้ฮ่องกงเป็นเสมือนประตูสู่การติดต่อกับจีนและเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก
- ความหลากหลาย (Diverse) : เมืองฮ่องกงเป็นสังคมแบบพหุนิยม (Pluralistic) ที่เปิดกว้างต่อความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี อีกทั้งยังผสานความแตกต่างระหว่างความเป็นเมืองทันสมัยที่มีตึกสูงระฟ้าและเทคโนโลยีที่ล้ำยุค ร่วมกับความเป็นเมืองแบบชนบทที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายไว้ได้อย่างลงตัว
- การเคลื่อนไหวอย่างไม่หยุดยั้ง (Dynamic) : เมืองฮ่องกงเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยพลังแห่งการเคลื่อนไหวกระตือรือร้น ยืดหยุ่น เป็นเมืองที่พร้อมสำหรับการก้าวไปข้างหน้าพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก



ภาพที่ 5 สัญลักษณ์ “Asia’s world city”

ที่มา : https://www.brandhk.gov.hk/html/en/

คุณลักษณะข้างต้นภายใต้แนวคิด “Asia’s World City” เป็นวิสัยทัศน์สำคัญที่กำหนดทิศทางการพัฒนาเมืองของฮ่องกงในการดำรงรักษา ส่งเสริมหรือเพิ่มเติมคุณลักษณะของเมืองต่าง ๆ ต่อไป ซึ่งจำเป็นต้องการสร้างแบรนด์ให้กับเมือง ทั้งการเน้นย้ำการจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ซึ่งต้องทำให้เกิดการเชื่อมต่อที่มีประสิทธิภาพทั้งในลักษณะของการเดินทางและการสื่อสาร การผสมผสานความเป็นเมืองศูนย์กลางทางธุรกิจและเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีไว้ได้อย่างลงตัว



ภาพที่ 6 ทัศนียภาพของเมืองฮ่องกงที่ผสานการเป็นเมืองศูนย์กลางทางธุรกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา : http://www.travelandleisure.com/slideshows/worlds-most-visited-tourist-attractions#3

การสร้างแบรนด์ของเมืองฮ่องกงนั้นเป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อเป้าหมายของเมืองสองประการ ได้แก่ การดึงดูดการลงทุนจากการเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเงิน และการดึงดูดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งจำเป็นต้องสนับสนุนทั้งด้านกายภาพ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน และที่ไม่ใช่กายภาพ เช่น การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมอาหารของเมืองฮ่องกงซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแรง อย่างไรก็ดี การสร้างแบรนด์ในด้านต่าง ๆ ของเมืองฮ่องกง จำเป็นต้องให้ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชนหรือประชาชนทั่วไป เห็นถึงทิศทางของแบรนด์ของเมืองฮ่องกงไปพร้อม ๆ กัน ปัจจัยนี้เป็นส่วนที่สำคัญยิ่งสำหรับการสร้างแบรนด์ของเมืองฮ่องกงที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์จุดยืนและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการสร้างแบรนด์ของชาวฮ่องกง ในการนี้ ทางเขตบริหารพิเศษฮ่องกงได้มีการจัดทำคู่มือเผยแพร่ในเว็บไซต์ เพื่อเป็นแนวทางให้ทุกฝ่ายใช้การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การสร้างแบรนด์ของเมืองฮ่องกง

4. กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้มีกายภาพของเมืองที่เพียบพร้อม และมีประสิทธิภาพในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจตรงกันข้ามกับการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวที่อาจดูล้าหลัง สาเหตุหนึ่งเกิดจากการขาดพื้นที่เมืองที่เหมาะสม กรุงโซล เมืองซึ่งเป็นภาพจำของประเทศเกาหลีใต้ เป็นจุดยุทธศาสตร์ทางด้านเศรษฐกิจ และมีทรัพยากรพร้อมในการพัฒนาเมือง จึงเป็นเมืองต้นแบบให้กับเมืองอื่นในเกาหลีใต้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเมืองได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

ประเทศเกาหลีใต้ก่อตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจ ชื่อว่า Seoul Metropolitan Government (SMG) ในปี ค.ศ. 1995 เพื่อทำแบรนดดิ้งให้กับกรุงโซล และควบรวมหลากหลายหน่วยงานเข้าไว้ด้วยกัน โดย SMG ได้ใช้งานฟุตบอลโลกใน ค.ศ. 2002 ซึ่งเกาหลีและญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพร่วมกัน ในการประชาสัมพันธ์กับประชาชนเกาหลี ในการร่วมกันสร้างภาพลักษณ์แง่บวกและภาพลักษณ์ใหม่ให้กับกรุงโซล มากกว่าการเป็นแค่เมืองหลวงของประเทศ

2006 : ปีแรกของการทำการตลาด

ภายหลัง ค.ศ. 2002 SMG มุ่งเน้นทำการตลาดภายในประเทศเป็นหลักในหลายช่องทาง ได้แก่ นิตยสารประจำเดือน เพลงประชาสัมพันธ์กรุงโซล และการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมือง คือ “Hi-Seoul” โดยในระดับนานาชาติ มีการติดตั้งป้ายไฟตามสนามบินของเมืองใกล้เคียง เช่น เมืองโตเกียว เมืองปักกิ่ง และเมืองฮ่องกง เพื่อดึงดูดกลุ่มทัวร์ให้เข้ามาเที่ยว โดยมีการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวรองรับ ได้แก่ คลองชองกเยชอน และพื้นที่อื่น ๆ

ใน ค.ศ. 2006 SMG ได้เปลี่ยนอัตลักษณ์ของกรุงโซลเพื่อรองรับในระดับนานาชาติ คือ “Be @Seoul” ด้วยคำขวัญ “Refresh your Soul in Seoul” โดยสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองชั้นหนึ่งในระดับโลก ที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรม ทันสมัยด้วยเทคโนโลยี และเป็นเมืองที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกิดจากการสำรวจภาพจำของกรุงโซลในสายตาชาวต่างชาติ ได้แก่ การมีบทบาททางด้านเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเหนือกว่าเมืองอื่น ๆ นอกจากนั้น ยังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ที่อยู่ร่วมกันมากว่า 600 ปี SMG จึงเน้นย้ำจุดแข็งเดิมของเมืองให้มีความเด่นชัดแก่ชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์ทั้งสองใช้เงินทุนในการพัฒนากว่า 2.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเอเชีย ยุโรป และประเทศอื่น ๆ โดยมีสัดส่วน 53 34 และ 13 ตามลำดับ โดยใช้สื่อกลางแจ้ง สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ในการทำการตลาด โดยมีผลตอบรับจากชาวจีนค่อนข้างดี สร้างความประทับใจ และเห็นการอยู่ร่วมกันระหว่างอดีตและปัจจุบันของกรุงโซลในขณะที่ผลตอบรับในประเทศอื่นนั้น มองว่ามีเนื้อหาเยอะเกินไป ทำให้ภาพลักษณ์ของกรุงโซลคลุมเคลือ แต่อย่างไรก็ตาม สื่อที่ได้พัฒนาออกไปก็ยังคงทำให้เกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในกรุงโซลเป็นจำนวนมาก

2007 : การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดในระดับนานาชาติ

ใน ค.ศ. 2007 นายกเทศมนตรีคนใหม่โอ เซ-ฮุน ต้องการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองอีกครั้ง คือ “Soul of Asia” ด้วยคำขวัญ “Seoul is the Center of Asia” โดยสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองท่องเที่ยว อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจ และเป็นเมืองที่มีความมะสะอาด เพียบพร้อม จากการสำรวจใน ค.ศ. 2007 กรุงโซลมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวใกล้เคียงกับเมืองใกล้เคียง เช่น จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ซึ่งถือเป็นเมืองคู่แข่งกับกรุงโซล ดังนั้นกรุงโซลจึงจำเป็นต้องสร้างข้อแตกต่าง นั่นคือ การเป็นเมืองน้องใหม่ ยังไม่มีนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสมากนัก โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ต้องการมาสัมผัสประสบการณ์ในกรุงโซล และแฟชั่นแบบเกาหลี และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่ต้องการมาสัมผัสวัฒนธรรมแบบเกาหลีอย่างใกล้ชิด ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะเป็นการท่องเที่ยวตามกระแสดาราเกาหลีเป็นหลัก โดยได้กำหนดตำแหน่งครองใจของกรุงโซลให้เป็น “Emotional Modernity” เพื่อให้กรุงโซล มีภาพลักษณ์ที่อ่อนไหว และสัมผัสได้ต่อกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยการใช้เครื่องมือ ภาพยนตร์ 2 เรื่อง และสื่อสิ่งพิมพ์ โดย

กระจายและปรับตัวตามแต่ละภูมิภาค และพฤติกรรมของประชากรนั้น ๆ โดยมีสัดส่วนใหญ่สุดคือ ช่องโทรทัศน์เคเบิลทีวี CNN ไล่ลำดับลงมา คือ สื่อกลางแจ้ง สื่ออินเตอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเป็นจุดเริ่มต้น ในการเปลี่ยนมาใช้สื่ออินเตอร์เน็ตในการสื่อสารแบรนด์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น

2008 : การเพิ่มงบประมาณในการทำการตลาด

SMG เล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีรายได้สูงจากต่างชาติ และสร้างอาชีพให้แก่คนภายในประเทศ นำไปสู่การเลือกพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของกรุงโซล เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ โดยมีโครงการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการลงทุนในอนาคต ได้แก่ โครงการบูรณะแม่น้ำฮัน ที่ประตูเมืองฝั่งใต้ และโครงการฟื้นฟูพื้นที่สาธารณะภายในเมืองที่ย่านเมียงดง และย่านอินซาดง เมื่อเทียบเงินทุนในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับเมืองของเมืองข้างเคียงอย่างฮ่องกง หรือสิงคโปร์นั้น ซึ่งใช้เงินกว่า 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ในขณะที่กรุงโซล มีเงินทุนเพียง 1–5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ใน ค.ศ. 2007 จึงเป็นเหตุให้กรุงโซลต้องเพิ่มเงินทุนในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับเมืองเป็นประวัติการณ์ เป็น 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อทัดเทียมกับเมืองคู่แข่ง โดยเงินทุนส่วนมากถูกนำไปใช้ในการทำการตลาดในระดับนานาชาติเป็นหลัก โดยตำแหน่งครองใจใหม่ของกรุงโซล คือ “My Soul Story” ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป จากการมาเยือน เป็นการสัมผัสประสบการณ์อย่างใกล้ชิดกับกรุงโซล โดยมีเรื่องราวแตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค ได้แก่ “Stylish Story” เรื่องราวแฟชั่นสำหรับชาวจีน “Humanistic Story” เรื่องราวประวัติศาสตร์และผู้คน สำหรับชาวญี่ปุ่น “Fantastic Story” เรื่องราวจากดาราเกาหลีสำหรับชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ “Inspirational Story” เรื่องราวจากแรงบันดาลใจสำหรับชาวยุโรปและอเมริกัน

SMG เลือกใช้เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารหลัก คือ “การพูดปากต่อปาก” เริ่มมาจากแนวคิดการสื่อสารโดยคนพื้นถิ่น สามารถสื่อสารและสัมผัสประสบการณ์ได้ดีกว่า โดยการพูดต่อปากสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผลักดันให้กลุ่มคนทั่วไปในแต่ละประเทศแนะนำวิธีการท่องเที่ยวในกรุงโซล และการเลือกดาราหรือคนมีชื่อเสียงในแต่ละประเทศ มาเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในกรุงโซล นอกจากนั้นยังจับมือกับสโมสรฟุตบอล Manchester United เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารกับแฟนคลับของสโมสรฟุตบอล กว่า 190 ล้านคนในเอเชีย และ 330 ล้านคนในระดับโลก โดยสามารถประชาสัมพันธ์กว่า 200 ประเทศ ผ่านการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลกว่า 20 ครั้ง

การทำการตลาดภายใน ค.ศ. 2008 ทำให้ใน ค.ศ. 2009 กรุงโซลเป็นจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งในสายตาชาวจีน ชาวญี่ปุ่น และชาวไทย พัฒนาการรับรู้ถึงกรุงโซลได้มากขึ้นถึงร้อยละ 24 และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากปีก่อน เป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 6.9 ล้านคน และทำให้อุตสาหกรรมอื่นของกรุงโซลพัฒนาไปด้วย



ภาพที่ 7 สัญลักษณ์แนวคิด Infinitely yours, Seoul

ที่มา : http://english.seoul.go.kr/policy-information/culture-tourism/seoul-brand/1-overview-of-seoul-brand/

2009 : ตำแหน่งครองใจใหม่ของกรุงโซลในระดับโลก

ใน ค.ศ. 2009 SMG มีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพจากภาพลักษณ์เดิมของเมือง โดยยังคงรักษากลุ่มเป้าหมายเดิมเอาไว้ แต่เปลี่ยนตำแหน่งครองใจใหม่ เป็น “Trendy City” “24 Hour-Lively City” “Digitalization City” และ “Infinitely yours, Seoul” ซึ่งคำขวัญใหม่นั้นต้องการสื่อถึง กรุงโซลซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม สามารถท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย และสะดวกสบายได้ทุกเวลา และทุกสถานที่ สามารถสัมผัสประสบกาณ์ในกรุงโซลได้อย่างไร้ขีดจำกัด

โดยได้มีคำขวัญย่อยภายใต้การเป็น “Infinitely yours, Seoul” เช่น “Infinite Pleasure” โดยพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยว ทำให้มีผู้คนในแถบเอเชียสนใจในตัวภาพยนตร์ และมียอดเข้าชมฉากเบื้องหลังเป็นจำนวนมาก และเกิดการแพร่กระจายโดยผู้เข้าชมและเหล่าแฟนคลับเอง อีกทั้งการวิพากย์วิจารณ์เชิงบวกในแต่ละวิดีโอ ทำให้เกิดภาพลักษณ์แง่บวกให้กับกรุงโซลมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 8 แสดงทัศนียภาพของกรุงโซลที่ต้องการสื่อภาพลักษณ์ที่ทันสมัยภายใต้ “Infinitely yours, Seoul”

ที่มา : http://english.seoul.go.kr/policy-information/culture-tourism/seoul-brand/1-overview-of-seoul-brand/

SMG ได้ทำการตลาดผ่านโครงการ “Seoul Infinite Dream Series” ผ่าน 4 โครงการย่อย ได้แก่

8) “Seoul Infinite Match” การคัดเลือกผู้โชคดีจำนวน 5 คนมาร่วมเล่นฟุตบอลกับนักเตะมืออาชีพจากสโมสรฟุตบอล Manchester United โดยเลือกจากผู้สมัครกว่า 5,000 คน และทำให้มีผู้เข้าชมกว่า 1 ล้านคน เกิดเป็นกระแสและได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก และยังได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางด้านกีฬาในระดับโลกด้วย
9) “Seoul Infinite Dream Story” การจัด Fan Meeting กับดาราเกาหลีที่ตนชื่นชอบ โดยเขียนเล่าถึงเหตุผลถึงการพบกับดาราเกาหลีที่ตนต้องการผ่านเว็บ Yahoo โดยมีเพียง 2 คนที่จะได้รับเลือกจากผู้สมัครกว่า 10,000 คน และทำให้มีผู้เข้าชมกว่า 120 ล้านคน
10) "Seoul Infinite Dream Concert” การจัด Fan Meeting กับดาราเกาหลีที่ตนชื่นชอบเช่นเดียวกัน แต่คัดเลือกผ่านการประกวดทางเว็บ Youtube โดยมีเพียง 2 คนที่จะได้รับเลือกจากผู้สมัครกว่า 2,000 คน และทำให้มีผู้เข้าชมกว่า 400,000 คน
11) “Seoul Infinite Dream Jump” การจัดแข่งขันสกีในระดับโลกที่จตุรัสกวางฮวามุน โดยมีลานสกีสูงกว่า 34 เมตร อยู่ใจกลางกรุงโซล

โครงการ Seoul Infinite Dream Series ได้บันทึกวิดีโอผู้เข้าแข่งขันและผู้โชคดีทั้งหมดตลอดการเที่ยวชมเมืองและความสุขที่ได้รับจากการสัมผัสสิ่งที่ฝัน เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างกระแสตอบรับแง่บวกให้กับเมือง

5. เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย

เมืองซิดนีย์เป็นเมืองที่ดีเสมอมาในสายตาระดับโลก แต่ปัจจุบันกลับยอมจำนนกับเมืองอื่น ๆ ในออสเตรเลีย และในระดับได้นานาชาติ กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองซิดนีย์ จึงร่วมมือกันในการพัฒนาและกำหนดแนวทางใหม่ให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากการทำแบรนด์ดิ้งให้กับเมือง และใช้เงินทุนกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับดำเนินการพัฒนาเมือง ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน งานเทศกาล และกิจกรรมประจำปี และทำเพื่อรองรับงานฟุตบอลฟีฟ่า ซึ่งออสเตรเลียจะเป็นเจ้าภาพใน ค.ศ. 2018 หรือ ค.ศ. 2022

เมืองซิดนีย์เป็นเมืองในระดับโลกแห่งเดียวของออสเตรเลีย เปรียบเสมือนประตูแห่งออสเตรเลีย รองรับนักท่องเที่ยวกว่าครึ่งที่เข้ามาในประเทศ อีกทั้งรองรับอุตสาหกรรมการเงิน ธุรกิจสร้างสรรค์ ศิลปะการแสดง และด้านการสื่อสาร บริษัทชั้นนำของออสเตรเลีย กว่า 500 บริษัทล้วนตั้งอยู่ในเมืองซิดนีย์ นอกจากนั้น เมืองซิดนีย์ยังมีท่าเรือที่สวยงาม มีโรงอุปรากร (Sydney Opera House) ที่เป็นเอกลักษณ์ สะพาน และชายหาดที่สวยงาม ทำให้เมืองได้รับการประเมินเป็นเมืองที่มีแบรนด์ดิ้งดีที่สุดในระดับโลกติดต่อกัน 2 ปี จนมีคำกล่าวว่า “วันที่พระเจ้าได้สร้างซิดนีย์นั้น เป็นวันที่ยอดเยี่ยมมากสำหรับเขา” แต่ในช่วงกลาง ค.ศ. 2008 เหล่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลับต้องการพัฒนา และกำหนดแนวทางใหม่กับเมือง สาเหตุเพราะเมืองซิดนีย์ได้รับการสำรวจ การรายงานมาตลอดว่าเป็นเมืองที่เพียบพร้อมทั้งกายภาพ และกิจกรรม นั้นทำให้เมืองซิดนีย์หยุดนิ่ง และเปราะบางต่อเมืองคู่แข่งที่กำลังพัฒนาอย่างมาก จึงเป็นสาเหตุให้ “เมืองที่ดีที่สุดในโลก” จำเป็นต้องเริ่มทำแบรนด์ให้กับเมืองอีกครั้ง

เมืองซิดนีย์ เป็นเมืองใหญ่ที่แยกส่วนออกจากกัน จากการมีแม่น้ำขนาดใหญ่ผ่านกลางเมือง ทำให้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของคนแตกต่างกัน นั้นทำให้คนขาดจิตสำนึกในฐานะพลเมืองต่อเมือง แม้ว่าเมืองซิดนีย์จะมีการจัดกิจกรรมในระดับโลกหลายครั้ง ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา แต่ยังคงขาดโครงการที่ทำให้คนเมืองได้มีส่วนร่วมต่อเมืองมากขึ้น ซึ่งการร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้เมืองซิดนีย์ได้เกิดการลงทุนที่เหมาะสม และทำให้เมืองซิดนีย์ได้กลับมาเป็นผู้นำ และประสบสำเร็จอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน

แรงบันดาลใจเริ่มจากนักธุรกิจชั้นนำของเมืองซิดนีย์ John O’Neill ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหารแบรนด์เมืองซิดนีย์ ใน ค.ศ. 2008–2009 โครงสร้างการบริหารขององค์กรออกแบบให้มีหน่วยวิจัยและพัฒนา โดยไม่มีเจ้าของ หรือผู้ริเริ่มความคิดอย่างแท้จริง แต่เป็นของผู้มีส่วนร่วมทุกคน ทำให้สามารถระดมทุนได้หลายล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีผู้ส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 13 กลุ่ม ทั้งรัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น และภาคเอกชน

นอกจากนั้นเขายังให้ความสำคัญกับการวิจัยอย่างมาก ด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากแอตแลนต้า Terrence Burns และผู้ดูแลด้านการตลาดของฟุตบอลโลกที่เมืองซิดนีย์ประจำ ค.ศ. 2000 John Moore เป็นผู้ให้คำแนะนำ และรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก โดยมีการตรวจอย่างเข้มข้นจากภาคอุตสาหกรรมและคู่ค้าภายในเมือง สุดท้ายนั้น เขาสนับสนุนให้มีโครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสม คือ The Greater Sydney Partnership เพื่อเป็นองค์กรตัวแทนในการดูแลรักษาภาพลักษณ์เมือง โดยไม่ได้ถูกควบคุมจากภาครัฐ และไม่มีใครเป็นเจ้าของ แต่เป็น

ช่องทางในการติดต่อกับภาคส่วนอื่น ๆ ได้ ทั้งภาครัฐ สภา หรือระดมทุนได้ การวิจัยเริ่มต้นจากเงินช่วยเหลือของผู้มีส่วนร่วม รวบรวมจากการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวระหว่างผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำทางแนวคิดจากภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมจากทั่วโลกจำนวน 100 คน ทั้งภายในออสเตรเลียและในระดับนานาชาติในระยะเวลา 6 เดือน

เมืองซิดนีย์นั้นมีทุนเดิมจากการเป็นเมืองที่คนทั่วโลกหลงรัก ทรัพยากรธรรมชาติที่โด่งดังในระดับโลก และยังเป็นเมืองที่มีชีวิตชีวา มีวิถีชีวิตที่น่าอิจฉาสามารถทำงานและดูแลสุขภาพได้อย่างพอดี เปรียบเสมือนการมีศูนย์กลางทางเศรษฐกิจอยู่ในรีสอร์ตชั้นดี เมืองซิดนีย์ยังเป็นเมืองที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เมืองนั้นถูกโอบกอดไปด้วยความหลากหลาย และอิสระทางความคิด ตลอดระยะเวลากว่า 200 ปีของเมืองซิดนีย์นั้น ถูกดำเนินการอย่างระมัดระวัง และกล้าที่จะหยิบยืมความคิดจากเมืองต้นแบบ และพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพและลงตัวกับเมืองซิดนีย์มากขึ้น ซึ่งนั้นเป็นพื้นฐานสำคัญให้กับเมืองมาตั้งแต่การจัดงานกีฬาโอลิมปิคที่ซิดนีย์เมื่อปี ค.ศ. 2002 แต่จากการสำรวจแล้ว กลับพบว่า เมืองซิดนีย์นั้นเปรียบเสมือน “นางแบบที่ไม่ได้ทาลิปสติก” ขาดกลยุทธ์ที่สม่ำเสมอ และความท้าทายทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซิดนีย์จึงสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับเมือง คือ “Vibrant Magnetism” ผ่านตำแหน่งครองใจ 4 อย่างคือ

12) “Can do” attitude – “Work hard, Live Large” ชีวิตที่สมดุลระหว่างการทำงานและใช้ชีวิต

13) Uninhibited outlook การสร้างสรรค์ความคิด

14) Progressiveness ความก้าวหน้า

15) Natural Attraction แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

แนวคิดดังกล่าวเกิดจากการหลอมรวมความหลากหลายของซิดนีย์เข้าไว้ด้วยกัน สร้างภาพลักษณ์ และความรู้สึกใหม่จากภาพจำอันเป็นเอกลักษณ์ และชื่อเสียงของซิดนีย์ในสายตาระดับโลก

เมืองซิดนีย์ ใน ค.ศ. 2010

เมืองซิดนีย์ใน ค.ศ. 2010 เปรียบเสมือนขั้นตอนแรกของการก้าวเข้าสู่วัยรุ่น ภาพลักษณ์ พฤติกรรม และกายภาพของเมืองที่น่าตื่นเต้นตลอดทศวรรษที่กำลังจะมาถึง โดย Miles Young ผู้บริหารสูงสุดของ Ogilvy Group กล่าวถึงการสร้างตำแหน่งครองใจใหม่ให้กับซิดนีย์ 2 อย่าง ได้แก่ “Big Boxes” โครงการวางโครงสร้างพื้นฐานของเมือง ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่ย่าน Barangaroo เปลี่ยนลานคอนกรีตว่างเปล่าขนาด 22 เฮกตาร์ เป็นศูนย์กลางธุรกิจแห่งใหม่ริมน้ำ และเชื่อมต่อระหว่างย่าน The Rocks และย่าน Darling Harbour ด้วยเงินทุน 6 พันล้านดอลลาร์ ประกอบด้วยพื้นที่พาณิชยกรรม ที่พักอาศัย สวน และศูนย์รวมความบันเทิง

นอกจากนั้นยังมีโรงแรม 5 ดาว ซึ่งจะเป็นสัญลักษณ์แห่งใหม่ของซิดนีย์ โครงการพัฒนาพื้นที่ The Central Park เปลี่ยนพื้นที่ใจกลางเมืองซิดนีย์ขนาด 6 เฮกตาร์ เป็นพื้นที่พาณิชยกรรม ที่พักอาศัย และตลาดค้าปลีก ด้วยเงินทุน 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสวนที่มีขนาดใหญ่สุดในออสเตรเลีย มีระบบการให้ความร้อน ความเย็นและพลังงานให้กับพื้นที่ด้วยตัวเอง นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาย่าน Circular Quay, Rozelle Bay, The harborfront Museum of Contemporary Art เพื่อเป็นย่านที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ใหม่ของเมือง



ภาพที่ 9 ทัศนียภาพของการพัฒนาพื้นที่ย่าน Barangaroo เมืองซิดนีย์

ที่มา : http://www.crownsydney.com.au/the-precinct

โครงการพัฒนาเมืองที่เกิดขึ้น ถูกสร้างเพื่อผลักดันตำแหน่งครองใจอย่างที่ 2 คือ “Cultural Incubator” ในการเป็นพื้นที่จัดงานเทศกาลประจำปีขนาดใหญ่ “Vivid Sydney” โดยมีคำขวัญเป็น “Festival of Light, Music and Ideas” เพื่อเป็นพื้นที่แสดงผลงานและอิสระทางความคิดของคนซิดนีย์



ภาพที่ 10 ทัศนียภาพงานเทศกาลแสงสีเสียงบริเวณโดยรอบโอเปร่าเฮ้าส์ เมืองซิดนีย์

ที่มา : https://www.australianetworknews.com/sydney-nightlife-to-undergo-major-change-discounted-parking-more-freedom-to-women-at-night/

ในช่วงเดือนตุลาคมของซิดนีย์ จะมีเทศกาล “Crave Sydney” เพื่อนำเสนอวิถีชีวิต และอาหารของคนซิดนีย์ให้คนภายนอกเข้ามาร่วมใช้ได้ เช่น การปิคนิค กิจกรรมสันทนาการที่ท่าเรือ โดยผสมผสานวิถีชีวิตดั้งเดิม กับความเป็นสากล ซึ่งการพัฒนาดังกล่าว ต้องการสร้างการรับรู้ถึงความสวยงามของเมืองให้กับนักท่องเที่ยว และคนซิดนีย์เอง และเป็นการพัฒนาเพื่อรองรับการจัดงานฟุตบอลฟีฟ่าใน ค.ศ. 2018 หรือ ค.ศ. 2022 ได้ด้วย ใน ค.ศ. 2010 กลุ่ม The Greater Sydney Partnership ได้มีการควบรวมกับบริษัทในซิดนีย์กว่า 70 บริษัทที่จะได้รับประโยชน์เชิงธุรกิจจากภาพลักษณ์ใหม่ของซิดนีย์ โดยได้รับการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งและสร้างแรงบันดาลใจให้กับซิดนีย์ และนี่จะเป็นก้าวแรกของการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของซิดนีย์

ภาคผนวกที่ 3

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภูเก็ต

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เมืองภูเก็ต

วันศุกร์ที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2561 เวลา 09:00–12:00 น. ณ โรงแรมดาราโฮเตล อ.เมืองภูเก็ต จ.ภูเก็ต

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม

หน่วยงานราชการ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

นายถาวร จิรพัฒนโสภณ	รองนายกเทศมตรีนครภูเก็ต
นางสาวณัฐธิดา สมหมาย	สถาปนิก/ผังเมืองเทศบาลนครภูเก็ต
นายจอมฉัฐม์ ศรีอักษร	สถาปนิก/ผังเมืองเทศบาลนครภูเก็ต
นายรักเกียรติ ดีดพิณ	นักผังเมือง สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดภูเก็ต
นายสิรภพ นารีรักษ์	วิศวกรโยธา เทศบาลนครภูเก็ต

ภาคเอกชน/ภาคธุรกิจ/วิชาการ

นายวัชร จารุอริยานนนท์	กรรมการบริหาร บริษัทภูเก็ตพัฒนาเมือง จำกัด
นายธนวัต อ่องเจริญ	กรรมการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูเก็ต
ผศ.ดร.กุลดา เพ็ชรวรุณ	คณะการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
อ.สัญญา ฉิมพิมล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
ดร.เชิดชัย กลิ่นธงชัย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
อ.พิสิทธิ์ ตันติพิสิฐกุล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
นายไพรสณฑ์ พร้อมพงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ทีมงานวิจัย

ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด	ผู้อำนวยการแผนวิจัย
รศ.ดร.กอบกุล รายะนาคร	หัวหน้าโครงการย่อย 1
ดร.อัครพงศ์ อั้นทอง	นักวิจัยแผนงาน

ผศ.คมกริช ธนะเพทย์	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
ดร.ดนัยธัญ พงษ์พัชราธรเทพ	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 4
ผศ.ภูริวัจน์ เดชอุ่ม	ผู้ช่วยนักวิจัยโครงการย่อย 2

รายงานการประชุม

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และลงพื้นที่สำรวจเพื่อสรุปประเด็นปัญหา ความท้าทาย โอกาส และอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองกรณีศึกษา จากนั้นจึงจัดทำร่างแนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองเพื่อนำไปใช้การประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทนหน่วยงานและผู้นำในพื้นที่ศึกษา คือ จังหวัดภูเก็ต เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ผลการประชุมโดยสรุปมีดังนี้

- ควรพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งภายในเมืองซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของเมืองภูเก็ตมายาวนาน ให้ทำการเชื่อมต่อจุดต่าง ๆ ในเมืองทำได้ยาก ขาดที่จอดรถ จุดรับส่งรถโดยสารที่เอื้อต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทำให้เมืองภูเก็ตต้องพึ่งพารถยนต์ส่วนบุคคล รถตู้ และรถโดยสารนักท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดปัญหาการจราจรตามมา
- พื้นที่เมืองเก่ายังไม่เป็นที่รู้จักและใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวยังไม่เต็มศักยภาพ และควรจะมี Design guideline ที่ชัดเจนเพื่อการให้การอนุรักษ์เมืองเก่าภูเก็ตมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- ประชากรแฝงและจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่งบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลกลางน้อยมาก ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถบริหารจัดการเมืองได้อย่างเต็มที่ เมืองภูเก็ตจึงมีปัญหาด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน มีแนวโน้มว่าจะเกินขีดความสามารถในการรองรับ เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย เป็นต้น
- การวางแผนพัฒนาเมืองที่ผ่านมาขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง มีข้อจำกัดทางกฎหมายที่ทำให้การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร ที่สำคัญ การวางแผนพัฒนาเมืองดำเนินการไม่ทันต่อการเติบโตของเมืองภูเก็ต
- คู่เทียบที่ดีสำหรับเมืองภูเก็ต คือ สิงคโปร์ โดยเฉพาะการบริหารจัดการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่มีความหนาแน่นของประชาการสูงกว่าเมืองภูเก็ตมาก จุดเด่นสำคัญคือ การวางแผนโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่งเป็นอย่างดี รวมถึงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี นอกจากสิงคโปร์แล้ว เมืองจอร์จทาวน์ ปีนัง ยังเป็นอีกเมืองหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเดิน และน่าเที่ยว
- สภาพโดยทั่วไปของเมืองภูเก็ตในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับทิศทางของตลาดที่ต้องการ คือ ตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ข้อบกพร่องในเรื่องความปลอดภัย พื้นที่สีเขียวที่เริ่มน้อยลงจากความเป็นเมืองที่

แผ่ขยายออกไปอย่างไร้ทิศทาง รวมถึงปัญหาคุณภาพสิ่งแวดล้อม จะทำให้คุณภาพของการท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ตมีแนวโน้มถูกบั่นทอนลง

- ควรประสานช่องว่างในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะเรื่องการขนส่งภายในเมืองที่บริษัทภูเก็ตพัฒนาเมืองมุ่งเน้นเป็นพิเศษ แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการเชื่อมต่อค่อนข้างมาก เช่น ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตไม่มีที่จอดรถโดยสาร เป็นต้น รวมถึงปัญหาการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- จุดอ่อนสำคัญ คือ การเข้าถึงเมืองและจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบัน แม้จะมีรถยนต์ก็ทำได้ยากมาก เพราะไม่มีจุดเชื่อมต่อและที่จอดรถที่เพียงพอ ทำให้ต้องวนหาที่จอดรถนาน โดยเฉพาะภายในเขตเมืองเก่า ในขณะที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่หรือ Community mall อย่างเช่นจังซีลอน สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอ นักท่องเที่ยวจึงไปใช้บริการเป็นจำนวนมากและจับจ่ายใช้สอยมากกว่าเขตเมืองเก่า
- นักท่องเที่ยวรู้จักเขตเมืองเก่าน้อยมาก เนื่องจากขาดความร่วมมือกันอย่างแท้จริง ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนภูเก็ตแทบไม่ได้ใช้เวลาในเมืองเก่าเลยทั้งที่มีสิ่งดึงดูดใจเป็นจำนวนมาก
- พื้นที่บริเวณสะพานหินมีศักยภาพ แต่ควรจะตกลงกันให้ชัดเจนก่อนว่าจะพัฒนาพื้นที่อย่างไรและต้องศึกษาข้อกฎหมายให้ชัดเจนก่อน ที่ผ่านมา การทำผังเมืองรวมของภูเก็ตขาดการมีส่วนร่วม หน่วยงานภาครัฐใช้วิธีการว่าจ้างบริษัทภายนอกมาศึกษาวิจัยและทำผังเมืองรวมซึ่งมักจะให้ความสำคัญกับนโยบายรัฐหรือส่วนกลางมากกว่าความต้องการของท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองได้เท่าที่ควร ที่สำคัญ การพัฒนาเมืองภูเก็ตยังไม่มีโมเดลหรือแบบจำลองภาพในอนาคตของเมืองออกมาให้เห็นแน่ชัด ปัจจุบัน ผังเมืองรวมภูเก็ตหมดอายุและอยู่ในระหว่างการจัดทำผังเมืองรวมฉบับใหม่ จึงต้องการให้การมีส่วนร่วมของประชาชนมีมากขึ้น
- ข้อกฎหมายจากส่วนกลางเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาเมือง เช่น โรงแรมขนาดเล็กยังถือว่าผิดกฎหมายอยู่ แต่ที่จริงแล้วจัดเป็นธุรกิจท้องถิ่นที่พัฒนาที่พักจากการปรับปรุงอาคารเก่า หรือเรื่องความสูงของอาคารที่ไม่สามารถสร้างอาคารสูงมาก ๆ ได้ ทำให้เกิดอาคารขนาดย่อมกระจายตัวไปทั่วเกาะเมืองภูเก็ต เป็นต้น ประเด็นความสูงของอาคารควรยึดหลักที่ว่าสร้างอาคารให้สูงโดยใช้ที่ดินน้อยเพื่อรักษาพื้นที่สีเขียวและสิ่งแวดล้อมที่ดีของเมืองเอาไว้
- ปัญหาประชากรแฝงยังไม่ได้รับการบริหารจัดการเท่าที่ควร จึงส่งผลกระทบต่อระบบสาธารณูปโภคในภาพรวม นอกจากนี้ ยังกระทบกับระบบการคลัง เนื่องจากงบประมาณที่ได้รับจากส่วนกลางนั้นคิดตามรายหัวของประชากรที่มีอยู่เพียง 300,000 – 400,000 คน ในขณะที่ประชากรที่อยู่ในเมืองภูเก็ตแต่ละวันมีไม่น้อยกว่า 1 ล้านคน สาธารณูปโภคจึงไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ที่สำคัญ เมืองภูเก็ตเป็นเมืองที่โตไวมาก สังเกตได้จากเที่ยวบินที่เพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด

- การพัฒนาพื้นที่เขตเมืองเก่าภูเก็ตนั้นเคยมีการศึกษาแล้ว แต่ด้วยการที่มีเจ้าของที่ดินและอาคารเป็นจำนวนมาก ทำให้การเจรจาและประสานงานใช้เวลาค่อนข้างนาน ปัจจุบัน เทศบาลเมืองเริ่มคุยกับเจ้าของที่ดินและอาคารในประเด็นการเชื่อมอาคารที่ทะลุสองฝั่งถนนบ้างแล้ว และหากมี Design guideline จะช่วยให้การพัฒนาเขตพื้นที่เมืองเก่ามีความชัดเจนมากขึ้น
- รายงานผลการศึกษาและแนวทางการพัฒนาเมืองมีหลายฉบับ แต่นโยบายการพัฒนาเมืองมักจะผันแปรไปตามวาระของผู้บริหาร สุดท้ายทำให้เมืองเติบโตแบบไร้ทิศทาง พื้นที่เมืองรุกล้ำพื้นที่ธรรมชาติ และเกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมตามมามากมาย เช่น น้ำท่วม น้ำเสีย ขยะล้นเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองที่ไม่ตรงกัน ทำให้การขับเคลื่อนการพัฒนาทำได้ยาก ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวก็เติบโตเร็วมาก แล้วก็จัดการได้ยากเช่นเดียวกัน
- ขนาดของจังหวัดภูเก็ตแทบไม่แตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีความหนาแน่นของประชากรมากกว่า แต่สามารถบริหารจัดการเมืองและสิ่งแวดล้อมได้มีประสิทธิภาพมากกว่า จุดเด่นของประเทศสิงคโปร์ คือ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานอย่างเต็มที่และมีระบบการบริหารจัดการที่ดี แต่จังหวัดภูเก็ตมีแต่ละระบบการบริหารจัดการที่คิดไว้แล้ว แต่ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานมาสนับสนุน
- งบประมาณที่ได้รับมีวงเงินไม่สูงมากนัก เนื่องจากคิดตามสัดส่วนประชากร ทำให้ไม่สามารถลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่รองรับการท่องเที่ยวและการขยายตัวของเมืองได้ ประกอบกับที่ดินอยู่ในกรรมสิทธิ์ของหลายหน่วยงานและราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การลงทุนทั้งในปัจจุบันและอนาคตจำเป็นต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง นอกจากนี้ มีผลการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานหลายโครงการแล้ว เช่น อุโมงค์ รถฟ้ารางเบา ศูนย์ประชุม เป็นต้น แต่ไม่สามารถขับเคลื่อนได้เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องกฎหมายจากส่วนกลาง จึงควรเสนอให้เมืองภูเก็ตเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เมืองพิเศษ หรือพื้นที่พิเศษเพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นเอกเทศและสามารถจัดการตนเองได้โดยไม่ต้องอิงกับกฎหมายจากส่วนกลางมากนัก
- เห็นด้วยกับการใช้คลองบางใหญ่เป็นแกนในการออกแบบพื้นที่เมืองเนื่องจากสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายลักษณะและเชื่อมโยงกับจุดต่าง ๆ ของเมืองเป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น สวนสาธารณะ เป็นต้น ซึ่งได้ออกแบบไว้พอควร แต่คลองบางใหญ่มีข้อเสีย คือ ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัจจุบัน สามารถจัดการน้ำเสียจากเขตเทศบาลได้แล้ว แต่ยังไม่สามารถจัดการน้ำเสียจากท้องถิ่นได้ ส่วนพื้นที่หากกะรนมีศักยภาพเป็น Creative beach ได้ เนื่องจากที่ดินส่วนใหญ่เป็นของภาคเอกชน ทั้งนี้ เคยมีการศึกษาก่อนหน้านี้แล้ว ได้ผลการศึกษาที่คล้ายคลึงกัน
- ควรมีจุดท่องเที่ยวนอกฤดูท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวยามราตรีเพื่อลดความเป็นฤดูกาลทางการท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก การท่องเที่ยวยามราตรีในเขตเมืองเก่าที่เน้นวัฒนธรรม เป็นต้น โดยอาจจะเริ่มต้นจากการทดลองจัดดูก่อนเพื่อสร้างความคุ้นเคยและการมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนในระยะแรก

- ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวแบบ FIT มากขึ้น นักท่องเที่ยวแบบ Group tour น้อยลงและทำยากขึ้น แต่ทั้งหมดเป็นการจองผ่านระบบออนไลน์ ทำให้คนในท้องถิ่นแทบไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเลย และสาเหตุที่รถติดในเมืองภูเก็ตเกิดจากจำนวนรถตู้ที่มีมากขึ้นจากการขนส่งนักท่องเที่ยวแบบ FIT รถตู้ส่วนใหญ่มุ่งไปท่าเรือทางฝั่งตะวันตกของเกาะภูเก็ตเพื่อขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังเกาะต่าง ๆ จึงทำให้รถติดกระทบไปทั่วทั้งจังหวัด นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องที่จอดรถที่ไม่เพียงพอ ต้องไปอาศัยจอดตามที่ต่าง ๆ จึงไม่ค่อยเป็นระเบียบเรียบร้อยและส่งผลเสียในภาพรวม
- การพัฒนาไปสู่เมืองท่องเที่ยวอาจจะต้องแบ่งพื้นที่ให้ชัดเจนว่าส่วนใดคือ พื้นที่ที่ต้องรักษาความสงบและส่วนใดเป็นพื้นที่นันทนาการ หรือบันเทิง เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อคนในชุมชน และนอกจากประเทศสิงคโปร์แล้ว เมืองจอร์จทาวน์ (George Town) รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซียอาจเป็นคู่เทียบที่ดีสำหรับเมืองภูเก็ตเนื่องจากมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี บรรยากาศในตัวเมืองน่าเดินเที่ยว และมีการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเห็นได้ชัด แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ต้องทำให้เมืองน่าอยู่ก่อน
- เมืองภูเก็ตเป็นแค่ฐานที่พักของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวจริง ๆ อยู่ที่เกาะหรือจังหวัดข้างเคียงหมด นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวเขตเมืองเก่าหรือตัวเมืองน้อยมากหรือแทบจะไม่รู้จักเลยก็ว่าได้
- ในอดีตเคยมีแผนจะจัดสร้างศูนย์การประชุมรองรับการท่องเที่ยวแบบไมซ์ (MICE Tourism) บริเวณหาดไม้ขาว ใกล้กับท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต แต่มีกลุ่มอิทธิพลในพื้นที่ออกมาเคลื่อนไหวก่อน จึงทำให้โครงการนี้ถูกยกเลิกไป
- สภาพของเมืองโดยรวมไม่สอดคล้องกับตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ แม้ว่าจะมีกระแสการดูแลสิ่งแวดล้อมชัดขึ้น แต่ในภาพรวมก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้เมืองภูเก็ตไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงอีกต่อไปและมีแนวโน้มว่าคุณภาพจะลดลงเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เช่น ทางเท้า รถมอเตอร์ไซด์ อุบัติเหตุและอาชญากรรมที่สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ ต้นไม้ใหญ่ในภูเก็ตเริ่มน้อยลง การที่ต้นไม้ใหญ่หรือพื้นที่สีเขียวในภูเก็ตน้อยลงทำให้อุณหภูมิสูงขึ้นและส่งผลต่อการท่องเที่ยว

เชียงราย

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เมืองแม่สาย

วันพฤหัสบดี ที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลแม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม

หน่วยงานราชการ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

นายไศลยนต์ ศรีสมุทร	นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลแม่สาย
นายสุคนธ์ ชมภูรักษ์	เลขานุการนายกฯ เทศบาลตำบลแม่สาย
นายสาคร สุริยะโชติ	รองนายกฯ เทศบาลตำบลแม่สาย
นายสมพล ธาตุอินอ้น	เทศบาลตำบลแม่สาย
นายเจษฎา คำเครือ	เทศบาลตำบลแม่สาย
นายสนธิ กัญญานาย	นักประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลเวียงพางคำ
นายอินปั๋น วงศ์สุภาพ	รองนายกฯ เทศบาลตำบลห้วยไคร้
น.ส.สุดา ปฏิเสข	รองปลัดฯ อบต.โป่งผา
นายบดินทร์ เทียมมาส	ปลัดอำเภอแม่สาย
น.ส.ชนาดาพร พุทธวงศ์	ปกครองอำเภอแม่สาย

ภาคเอกชน/ภาคธุรกิจ/วิชาการ

นายชูชาติ ใจแก้ว	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
นายทศพล ศรีนุช	ผู้ช่วยนักวิจัยโครงการแผนงานฯ จ.เชียงราย
นายรชต ไชยวรรณ	
นายเก่งกาจ ศรีปาน	หจก.พรชัยแม่สาย
นายเศวตยนต์ ศรีสมุทร	รองประธานหอการค้า จ.เชียงราย

ทีมงานวิจัย

นายโสภณ ชมชาญ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน
ดร.ณัฐกร วิทิตานนท์	นักวิจัยโครงการแผนงานฯ จ.เชียงราย
ผศ.คมกริช ธนะเพทย์	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
อ.สุภาพิมพ์ คชเสนี	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2

ดร.พรสรร วิเชียรประดิษฐ์	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
ดร.เปี่ยมสุข สนิท	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
นายภูริวัจน์ เดชอุ่ม	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการย่อย 2
นายพงศกร สงวนศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัยแผนงานฯ
น.ส.สุพรรณิกา แก้วน้อย	ผู้ช่วยนักวิจัยแผนงานฯ
นายกรกฎ โพษิตลิมปกุล	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการย่อย 2

รายงานการประชุม

นายโสภณ ชมชาญ ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน กล่าวเปิดการประชุมแทน ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด หัวหน้าแผนงาน ผศ.คมกริช ธนะแพทย์ (ช่วงที่ 1) นำเสนอภาพรวมของโครงการ ความเป็นมาและความสำคัญของวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิด โดยสามารถสรุปใจความสำคัญได้ดังนี้

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาของงานวิจัย

- การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเศรษฐกิจสำคัญ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต
- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว ผ่านเครื่องมือดิจิทัล
- การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว
- การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยว (จุด เส้น ระนาบ)

นโยบาย ยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้อง

- ผังประเทศผังภาค และแผนพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัด ได้กล่าวถึงการชูเรื่องเมืองศูนย์กลางการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ โดยมีการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมล้านนา และการเป็นเมืองเกษตรกรรมชั้นดี เมืองเกษตรสีเขียว เป็นตัวสนับสนุน
- มาตรการภาษีสำหรับการท่องเที่ยวเมืองรอง ที่จะกระตุ้นการกระจายรายได้ลงสู่ระดับท้องถิ่น หรือเมืองรองได้มากขึ้น

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแม่สาย

- แม่สายมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแน่นอน เพียงแต่ตอนนี้นักท่องเที่ยวยังมองแม่สายเป็นจุด (point) ของการท่องเที่ยว แวะมาแล้วก็ไปไม่ใช้เป็นเป้าหมายที่จะมาพัก (destination) จึงเกิดคำถามขึ้นมาว่าทำอย่างไรไม่ให้นักท่องเที่ยวตัดแม่สายออกจากเส้นทางการท่องเที่ยวก่อน จากนั้นค่อยมาคิดกันว่าจะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวพัก 1 คืนที่แม่สาย
- ถึงจะพักที่แม่สายก็สามารถนั่งรถไปขึ้นเครื่องที่สนามบินได้ในเวลาที่ไม่มาก

- ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวไม่ได้มาแต่เสาร์ - อาทิตย์ อีกแล้ว นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่นิยมมาในวันธรรมดามากขึ้น

สรุปประเด็น

- การค้าขายยังคงเป็นเศรษฐกิจหลักของแม่สาย โดยเฉพาะ สินค้าอุปโภคบริโภคที่ชาวพม่าข้ามมาซื้อ
- การท่องเที่ยวเป็นส่วนส่งเสริม/รองรับ ให้คนมีงานทำที่มากขึ้น โดยยังมีโอกาสเติบโตในอนาคต
- ปัญหาเรื่องน้ำท่วม
- พื้นที่การค้าปัจจุบันยังไม่ถูกปรับปรุงพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น
- การใช้ที่ดินประเภทสวนสาธารณะกับตลาดอยู่ห่างกัน

นายสมพล ธาตุอินอ้น เทศบาลตำบลแม่สาย - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนา แต่เดิมล้านนานั้นมีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย (พหุวัฒนธรรม) จากการที่ล้านนาเคยเป็นเมืองขึ้น ทั้งเป็นจุดผ่าน ตั้งทัพของหลาย ๆ ชนชาติ ด้วยความหลายหลายในส่วนนี้อาจจะมาเป็นตัวชูความน่าสนใจในวัฒนธรรมของล้านนา

นายบดินทร์ เทียมมาส ปลัดอาวุโสเมืองแม่สาย - จุดเด่นของแม่สาย คือ มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เทศบาลจึงจับจุดแข็งนี้มาสร้างเป็นงาน 10 ชาติพันธุ์ ประกอบไปด้วย ไทลื้อ ไทใหญ่ ไทยวน (ไทย-ยวน:คนล้านนา) ไทลาว ไทเขิน อาข่า ไตหย่า ดาระอั้ง(ปะหร่อง) ลาหู่ และคนไทยเชื้อสายจีน ทั้งนี้ในปีหลัง ๆ จะเป็น 10 ชาติพันธุ์ + 2 (พม่า และลาว) จัดขึ้นที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาชาน้ำมันและพืชน้ำมันเป็นประจำทุกปีช่วงหลังวันที่ 5 ธันวาคมเป็นหนึ่งในงานที่ดึงคนเข้ามาท่องเที่ยวแม่สายได้มาก อำเภอแม่สายมี 3 งานใหญ่ที่จะดึงนักท่องเที่ยวมาได้มาก ได้แก่ (1) งานขึ้นปีใหม่ (2) วันสงกรานต์ และ (3) งาน 10 ชาติพันธุ์ โดยมีฐานนักท่องเที่ยวคือ คนในพื้นที่เอง ชาวพม่า และจีน การประชาสัมพันธ์ของงาน10 ชาติพันธุ์ ในการจัดงานครั้งแรกได้เน้นไปที่กลุ่มศึกษาดูงาน เมื่องานประสบความสำเร็จมากขึ้นจึงได้เน้นการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเครือข่าย เช่น เครือข่ายของแต่ละชนเผ่าทั้งในไทย และพม่า คืองานยังอยู่ในระดับจังหวัดและระดับภาคอยู่ จากการจัดงานทำให้เกิดการยอมรับในกลุ่มชาติพันธุ์กันมากขึ้น แต่ละชาติพันธุ์เริ่มมีการแสดงออกเข้ามาส่วนร่วมกิจกรรมมากขึ้นเริ่มเกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม ทั้งทางแต่งการ และอาหาร แต่หากจะเรียนรู้หรือทำความรู้จักกับวัฒนธรรมโดยตรงของแต่ละชาติพันธุ์ก็สามารถพบเจอได้เช่น บ้านผาแตก (ไทใหญ่ + ไทลื้อ) ตำบลเกาะช้าง บ้านสำบุญเรือน (ไทลื้อ) ตลาดบริเวณในเมือง (จีนยูนนาน) เป็นต้น

ผู้บริหารโรงแรม ภาคเอกชน - จุดหมายตา (Landmark) เช่นป้ายเหนือสุดแดนสยาม ก็ยังคงมีความสำคัญ แต่ความสำคัญมันอาจจะลดลงบ้าง แตjคิดว่าก็ยังคงสำคัญอยู่ ทั้งนี้การสร้างจุดหมายตาแห่งใหม่อาจจะช่วยได้มากขึ้น ยกตัวอย่าง การแกะสลักหินบริเวณหน้าด่าน

นายเศวตยนต์ ศรีสมุทร รองประธานหอการค้า จ.เชียงราย - คนแม่สายได้มีแนวคิดเรื่องที่จะพยายามให้คนมาพักที่แม่สายมากขึ้นมานานแล้ว แต่ยังไม่เป็นผลสำเร็จเท่าที่ควร

ผศ.คมกริช ธนะแพทย์ (ช่วงที่ 2)

นำเสนอแนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย โดยยกตัวอย่างพื้นที่และรูปแบบการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ้างอิงตามเอกสาร “นำเสนอแม่สาย 21 มิ.ย 61”) โดยสามารถสรุปใจความสำคัญคือ บรรยากาศการท่องเที่ยวแบบพรหมแดน และพหุวัฒนธรรม (ยามกลางคืน) เช่น จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม ตลาดสินค้าพหุวัฒนธรรม และวัดถ้ำผาจม ด่านพรมแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก

ผู้เข้าร่วมประชุมเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยแนะนำจุดชมวิวพระธาตุดอยเวา ชุมชนเก่าจีนยูนนานเดิม มีวัฒนธรรมอาหารการกิน การทำเส้นหมี่ซั่ว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร – งานสตรอเบอรี่ และให้ข้อมูลว่าเคยมีแนวคิดการออกแบบสร้างวงเวียนบริเวณหน้าด่านโดยนำตู้ หรือสำนักงานเจ้าหน้าที่ออก เพื่อเป็นจุดสำคัญ

ผศ.คมกริช ธนะแพทย์ ได้กล่าวแนะนำการเรื่องการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่างานเทศกาลสำคัญที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวของแม่สายนั้น อยู่ในช่วงวันหยุดยาวทั้งนั้น ทำให้การแข่งขันสูงเพราะต้องแข่งกับพื้นที่จังหวัดอื่น ตัวอย่างเช่น หากพูดถึงวันสงกรานต์ ภาพจำของคนทั่วไปคงนึกขึ้นได้ ก็คือ ถนนข้าวสาร เป็นต้น ซึ่งจะเป็นความท้าทายที่ต้องคิดกันต่อ

นายโสภณ ชมชาญ ได้กล่าวปิดการประชุม

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เมืองเชียงของ

วันศุกร์ที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2561 เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ โรงแรมไอบิส สไตล์ เชียงของ ริเวอร์ฟร้อนท์ อ.เชียงของ จ.เชียงราย

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม

หน่วยงานราชการ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

นายทัศนัย สุธาพจน์	นายอำเภอเชียงของ
นายวรวุฒิ บัวรัตนา	รองปลัดเทศบาลตำบลเวียง
นายสมเกียรติ บุดดี	เทศบาลตำบลศรีดอนชัย
นายสงวน สำเนียงเย็น	รองนายกฯ เทศบาลตำบลสถาน
น.ส.ศิรินภา รินนาศักดิ์	ผจก.ศูนย์ OSS เชียงของ

ภาคเอกชน/ภาคธุรกิจ/วิชาการ

นายสงวน ซ่อนกลิ่นสกุล	รองประธานหอการค้าเชียงราย
นายธันวา เทียมพันธุ์	ประธานสภาวัฒนธรรม อ.เชียงของ
วชิราภรณ์ ศิริพันธุ์	

ธัญญรัตน์ นวลสิริกุล	ร้านอาหารนางนวล
นายชูชาติ ใจแก้ว	พิพิธภัณฑ์อารยธรรมลุ่มน้ำโขง
สุชญา วิกิตเศรษฐ	อินนาการ์เด้น
นายเกียรติศักดิ์ ชื่นงวย	อินนาการ์เด้น
อลิสา นวลใส	ชมรมท่องเที่ยวเชียงของ
มาลีวัลย์ อินต๊ะยศ	
ยุพา หลวงสอน	
นายนิเวศน์ พูนสุขเจริญ	สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผศ.ดร.มานัส ศรีวณิช	คณะสถาปัตย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ทีมงานวิจัย

นายโสภณ ชมชาญ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน
ดร.ณัฐกร วิทิตานนท์	นักวิจัยโครงการแผนงานฯ จ.เชียงราย
ผศ.คมกริช ธนะเพทย์	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
อ.สุภาพิมพ์ คชเสนี	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
ดร.พรสรร วิเชียรประดิษฐ์	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
ดร.เปี่ยมสุข สนิท	นักวิจัยหลักโครงการย่อย 2
นายภูริวัจน์ เดชอุ่ม	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการย่อย 2
นายพงศกร สงวนศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัยแผนงานฯ
น.ส.สุพรรณิกา แก้วน้อย	ผู้ช่วยนักวิจัยแผนงานฯ
นายกรกฎ โพษิตลิมปกุล	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการย่อย 2

ความคิดเห็นของนายอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

- การพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำโขงในเขตพื้นที่อำเภอเชียงของได้รับงบประมาณในการพัฒนาจากกรมโยธาธิการและผังเมืองแล้ว 2 โครงการ มูลค่ากว่า 100 กว่าล้านบาท กรมโยธาธิการและผังเมืองเป็นผู้ออกแบบทั้งหมด โดยตั้งใจจะให้เป็นจุดชมวิวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- อำเภอเชียงของเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวมาก จึงต้องการจะพัฒนาใน 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ (1) เมืองกีฬา แนวคิดนี้เกิดจากการที่ไปศึกษาดูงานที่จังหวัดบุรีรัมย์และได้เห็นว่าการพัฒนาเมืองสามารถเกิดขึ้นได้จากการกิจกรรมกีฬาประเภทต่าง ๆ ในเบื้องต้น ได้เตรียมความพร้อมสิ่งอำนวย

ความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับกีฬาไว้บ้างแล้ว ได้แก่ สนามแข่งวอลเลย์บอล เส้นทางจักรยาน (2) การใช้ศิลปะ (street art) ในการเสริมบรรยากาศของเมืองเชียงของ โดยการดึงกลุ่มศิลปินที่มีความสามารถมาวาดรูปตามจุดต่าง ๆ ให้เมืองมีเอกลักษณ์มากขึ้น และ (3) การส่งเสริม startup โดยมองว่าเมืองเชียงของมีศักยภาพมากพอที่จะดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่สนใจทำ startup ให้มารวมตัวกันเป็นนิคม (valley) เพื่อที่จะสร้างเศรษฐกิจของเมืองเชียงของให้คึกคัก

- การพัฒนาอำเภอเชียงของในฐานะเขตเศรษฐกิจพิเศษยังมีข้อจำกัดในด้านกฎหมายอยู่พอสมควร แต่ได้ศึกษาบทเรียนจากการพัฒนา EEC เพื่อนำมาปรับใช้ต่อไปในอนาคต ในปัจจุบัน อำเภอเชียงของได้จัดทำแผนแม่บทการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย พื้นที่อำเภอเชียงของ โดยกำหนดให้เมืองเชียงของเป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมครบทุกมิติ (ท่าเรือ เส้นทางทางบก เส้นทางรถไฟ และเครื่องบิน) รวมถึงเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวครบวงจร (เที่ยวเชียงของ เที่ยวข้ามโขง เที่ยวทางธรรม) ขอบเขตการพัฒนาตามแผนแม่บทดังกล่าวครอบคลุมพื้นที่ 7 ตำบล ได้แก่ ตำบลเวียง (ศูนย์เศรษฐกิจหนึ่งเมืองสองแบบ) ตำบลศรีดอนชัย (ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) ตำบลครึ่ง (ศูนย์ราชการแบบเบ็ดเสร็จ) ตำบลบุญเรือง (ศูนย์พัฒนาการศึกษา) ตำบลห้วยซ้อ (ศูนย์พัฒนาเกษตรสีเขียวและศูนย์สุขภาพ) ตำบลสถาน (ศูนย์อุตสาหกรรมเชิงนิเวศและการขนส่งทางอากาศ) และตำบลริมโขง (ศูนย์ท่องเที่ยวธรรมชาติริมน้ำโขง) รายละเอียดตามเอกสารแผนแม่บทฯ

ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

- ที่ผ่านมา งานวิจัยทางด้านการผังเมืองมีอย่างต่อเนื่อง โดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หากสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกันได้ จะช่วยให้การวางแผนมีความแม่นยำและชัดเจนมากขึ้น แต่สิ่งที่ต้องการมากที่สุด คือ การออกแบบเมือง โดยเฉพาะจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ตั้งแต่ท่าเรือบั๊ค รวมถึงการออกแบบเมืองเพื่อการอนุรักษ์ย่านชุมชนเมืองเก่าให้มีความเป็นระบบระเบียบเช่นเดียวกับเมืองเก่าหลายแห่งที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ที่สำคัญ คือ สายไฟฟ้าในเมืองเชียงของควรนำลงใต้ดินเพื่อเสริมภูมิทัศน์เมืองให้ดียิ่งขึ้น
- ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งของอำเภอเชียงของ คือ งบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาไม่ค่อยเต็มเม็ดเต็มหน่วย งบประมาณส่วนใหญ่มักจะมุ่งไปที่อำเภอแม่สายและอำเภอเชียงแสน การฟื้นฟูเมืองเก่าและโบราณยังไม่เห็นผลเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นแนวกำแพงเมืองเก่าหรือคูเมืองโบราณเชียงของ ทั้งนี้ ความเป็นเมืองริมแม่น้ำโขง จะต้องทำให้ชัดเจนมากกว่านี้ โดยกระตุ้นการมีส่วนของคนในชุมชนให้หันมาร่วมกันพัฒนาเมืองมากขึ้นควบคู่กัน
- แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism : CBT) โดยเฉพาะการทำโฮมสเตย์ในแต่ละหมู่บ้านจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับได้มากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากผูกพันกับเจ้าบ้านและมีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเมืองเชียงของอีก การ

ท่องเที่ยวรูปแบบนี้สามารถทำให้เกิดการพักค้างได้อย่างน้อย 3 วัน 2 คืน ที่สำคัญ จะต้องพัฒนาองค์ความรู้ของคนในชุมชนร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านไปพร้อมกันด้วย

- ควรมีจุดหมายตา (landmark) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนกว่านี้
- เสนอให้ใช้เมืองเชียงของเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ โดยเชื่อมโยงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกับอำเภอเมืองเชียงรายและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว จีนตอนใต้ เป็นต้น
- อยากให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยมากกว่าการดึงดูดคนลาว แต่ยังติดขัดเรื่องข้อกฎหมายสถานบันเทิง ทำให้การท่องเที่ยวยามค่ำคืนหรือกิจกรรมท่องเที่ยวยามราตรีไม่สามารถทำได้มากเท่าที่ควร
- การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษพื้นที่เชียงของยังไม่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และด้วยข้อจำกัดด้านกฎหมายการคมนาคมขนส่ง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เดินทางมามากเหมือนแต่ก่อนที่เข้ามาเป็นคาราวานรถยนต์ท่องเที่ยว
- การสร้างสะพานมิตรภาพไทยลาวทำให้เมืองเชียงของตาย กล่าวคือ จังหวัดเชียงรายได้ระบบโลจิสติกส์ดีขึ้น แต่เมืองเชียงของกลับซบเซาลงมาก จะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวจีนหันกลับมาเที่ยวเมืองเชียงของเหมือนเดิม อัตลักษณ์ของเมืองเชียงของแบบ 1 เมือง 2 แบบ สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้โดยที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ลำพูน น่าน เป็นต้น
- สภาพปัจจุบันของเมืองเชียงของยังดูรกรุงรัง มีพื้นที่รกร้างมากมาย และขาดจุดขายที่ชัดเจน ดังนั้น ควรจะมี Design guideline เพื่อควบคุมการก่อสร้างและต่อเติมอาคารต่าง ๆ ภายในเมืองเชียงของให้มีทิศทางมากขึ้น
- การพัฒนาเมืองควรมุ่งไปที่การใช้เมืองเก่าเป็นฐานในการพัฒนา กล่าวคือ เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมให้มากที่สุด แต่ต้องนำมาร้อยเรียงเรื่องราวใหม่ให้เป็นรูปธรรมชัดเจน และต้องชี้ให้ชุมชนเห็นว่าจะได้รับประโยชน์อะไรจากการพัฒนาเมืองและจะต้องยอมรับกติกาในเรื่องใดบ้าง ตัวอย่างเช่น กาดกองเก่าที่ริเริ่มมาระยะหนึ่งแล้ว ทำให้ชุมชนมีจุดขายทางการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นต้น แต่ก็ยังต้องการให้ขยายช่วงเวลาและพื้นที่ของตลาด (ถนนคนเดิน) ให้มากขึ้นเพื่อเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้อาจจะย้อนกลับไปสืบค้นข้อมูลในอดีตก็ได้ว่าเมืองเชียงของในยุครุ่งเรือง (พ.ศ. 2500 - 2517) ว่าเป็นอย่างไร แล้วนำอาคารเก่าที่หลงเหลืออยู่มาพัฒนาเพื่อสร้างจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่อาจจะต้องคิดให้รอบด้านว่าจะนำเสนอกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใด เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น
- ต้องการให้เมืองเชียงของเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืน ปัจจุบันยังไม่ทราบสาเหตุที่แน่ชัดว่า ทำไมนักท่องเที่ยวไม่พักค้างคืนที่เมืองเชียงของและทำไมถึงต้องไปนอนที่ประเทศลาว ทั้งที่การท่องเที่ยวหลายรูปแบบสามารถเอื้อให้เกิดการพักค้างคืนในพื้นที่ได้ เช่น ทัวร์ทำบุญไหว้พระ การท่องเที่ยวของผู้สูงวัย การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (longstay) เป็นต้น

- ควรดึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาทำธุรกิจท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในพื้นที่ เช่น การปรับปรุงอาคารเก่าเป็นโฮสเตล บูติคโฮเตล ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เป็นต้น แต่ต้องร้อยเรียงและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนให้ได้
- หน่วยงานรัฐลงทุนสร้างจุดท่องเที่ยวและอาคารต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก แต่ขาดการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวมาแวะชมเท่าใดนักและกลายเป็นพื้นที่รกร้างในที่สุด ตัวอย่างเช่น ศูนย์การเรียนรู้พันธุ์ปลาน้ำจืด ควรใช้นักศึกษาที่เรียนทางด้านประมงมาช่วยจัดการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแวะชม เป็นต้น
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.กำลังเสนอให้พื้นที่อำเภอเชียงของในเขต 5 ตำบลเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจุบัน อยู่ในระหว่างการเสนอเรื่องต่อคณะรัฐมนตรีและคงจะประกาศในไม่ช้านี้ หากได้รับการประกาศเป็นพื้นที่พิเศษคงจะมีโครงการพัฒนาเชิงพื้นที่เกิดขึ้นในเขตเมืองเชียงของไม่น้อย
- ควรเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านสุขภาพ โดยเฉพาะอาหารการกิน การพักผ่อน สมุนไพร เกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะมีหมู่บ้านที่เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่องแตกต่างกันไป หากพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เกิดขึ้นได้จริง จะช่วยให้การกระจายรายได้เข้าถึงชุมชนมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญเพื่อใช้ในการออกแบบเมืองเชียงของ

- เที่ยวเชียงของ เมืองแห่งความสุข สนุกทุกการเดินทาง
- เที่ยวเชียงของ ชีวิต slow life ประตูสู่จีนตอนใต้
- นั่งริมโขง ชมฝั่งลาว ลิ้มรสปลาน้ำโขง
- เที่ยวเชียงของ ล่องฝั่งโขง เชื่อมโยงวัฒนธรรมพื้นบ้าน
- เมืองสุขภาพ อัตลักษณ์เก่าแก่ หนึ่งเมืองสองแบบ
- Good heart, Good health city, Long stay
- แอ่วเชียงของ กินปลาน้ำโขง นอนหนึ่งคืน อายุยืนหมื่นปี
- แอ่วเชียงของ ผ่อปลาบึก คึกคักจ๊กไก๊
- แอ่วเชียงของ เมืองน่าอยู่ มีอู่ข้าวอู่น้ำ
- แอ่วศรีดอนชัย เหมือนไปสิบสองปันนา
- สวรรค์ริมน้ำโขง ณ เชียงของ

พัทลุง

รายละเอียดการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เมืองพัทลุง

วันจันทร์ที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมศาลากลาง อ.เมือง จ.พัทลุง

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมที่จังหวัดพัทลุง

หน่วยงานราชการ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

นางสาวดวงพร บุญครบ	รองผู้ว่าราชการจังหวัดพัทลุง
นายกิจจา เพชรกาศ	ผู้อำนวยการกองช่าง องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง
นางสาวฉัตรประอร นิยม	พัฒนาการจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง
นางลภารมย์ หนูสวัสดิ์	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง
นางสาวสายช่อ อังศุพานิช	พาณิชย์จังหวัดพัทลุง
นางลดาวัลย์ ช่วยชาติ	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช

ภาคเอกชน/ภาคธุรกิจ/วิชาการ

นายสิทธิชัย ลาภานุพัฒนกุล	นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง
นางนทกาญจน์ อัพภาสกิจ	ผู้จัดการโครงการประวัติศาสตร์ท้องถิ่น จังหวัดพัทลุง
นายพิภูษณะ อินจันทร	อุปนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดพัทลุง
นางรวยรื่น ขุนจันทร์	เหรัญญิกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดพัทลุง
ดร.นาที รัชกิจประการ	ผู้จัดการบริษัทประชารัฐ จังหวัดพัทลุง
นางสาวสารูป ฤทธิชู	นักวิชาการอิสระ
นายเทพรัตน์ จันทพันธ์	ผู้อำนวยการวิทยาลัยภูมิปัญญาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยทักษิณ

ดร.จเร สุวรรณชาด	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.จิรัตน์ เขียวชอุ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ดร.สุพรรณี เขียวชอุ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ความเห็นของผู้แทนส่วนราชการและผู้แทนสถาบันการศึกษาในพื้นที่

- ปัญหาหลักของเมืองพัทลุงคือขาดศูนย์กลาง (center) ในการเชื่อมต่อหลาย ๆ อย่างในเมืองเข้าด้วยกัน ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดที่จะมารองรับการท่องเที่ยว พื้นที่วัฒนธรรมและธรรมชาติ การเรียบเรียงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น
- ที่ผ่านมามีการปรับยุทธศาสตร์จังหวัดด้านการท่องเที่ยวบ้างแล้ว แต่ยังไม่มีการกล่าวถึงการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวเท่าใดนัก โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ
- ควรใช้พื้นที่ทะเลน้อยมานำการพัฒนา แล้วเชื่อมวัด ตลาด โบราณสถาน ฯลฯ เข้าไป ที่ผ่านมา ภาคเอกชนเป็นผู้นำในการพัฒนาเป็นหลัก โดยที่ภาครัฐเป็นผู้ตาม เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลจากงานวิจัยรองรับและสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจที่ดีพอ นโยบายต่าง ๆ จึงมีทิศทางไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ทั้งนี้ อาจจะพัฒนาพื้นที่ทะเลน้อยให้เป็นศูนย์กลางการบริการนักท่องเที่ยว ลักษณะคล้ายคลึงกับฟาร์มโชคชัย
- ความเป็นเมืองรถไฟที่มีพัฒนาการต่อจากการเป็นเมืองท่าสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวในอดีตของเมืองได้ ทำให้เมืองพัทลุงเป็นเมืองที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และหากมีพิพิธภัณฑ์เมือง (city museum) เข้ามาเสริมเช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ จะช่วยให้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของเมืองพัทลุงชัดเจนขึ้น โดยพิพิธภัณฑ์เมืองก็สามารถเป็นศูนย์กลางการบริการนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกับที่ทะเลน้อย (วิทยาลัยภูมิปัญญา มหาวิทยาลัยทักษิณมีข้อมูลภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก และเปิดสอนรายวิชาทักษิณศึกษาให้กับนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัย แต่ยังไม่มีได้นำมาออกมาร้อยเรียงให้เป็นเรื่องราวทางการท่องเที่ยว)
- จังหวัดพัทลุงมีจุดแข็งตรงที่ไม่มีฤดูท่องเที่ยวเช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ ปริมาณนักท่องเที่ยวมีลักษณะสม่ำเสมอตลอดปี ซึ่งเป็นลักษณะร่วมของเมืองท่องเที่ยวทางฝั่งอ่าวไทย ต่างจากเมืองท่องเที่ยวฝั่งอันดามันที่มีฤดูท่องเที่ยวชัดเจน จุดนี้เป็นโอกาสในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวรองรับได้ตลอดทั้งปีในลักษณะ “เมืองลุงเมืองเดียวเที่ยวทั้งปี”

- ขาดการท่องเที่ยวยามค่ำคืน หากต้องการให้เกิดการพักค้าง น่าจะต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวยามค่ำคืนรองรับด้วย เช่น ถนนคนเดินที่มีสินค้าชุมชนจำหน่าย การประดับไฟ (light up) เพื่อเป็นจุดหมายตาที่เขาอกทะลุ เป็นต้น แต่ต้องมีความปลอดภัยและน่าเที่ยวมากพอสมควร
- ควรมีงานกิจกรรมพิเศษ/เทศกาล (special event) ขนาดใหญ่ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทลุงและนักท่องเที่ยวนึกถึง/ต้องมาเยือน ในเบื้องต้น มองว่าการแสดงมโนราห์และหนังตะลุงเป็นสิ่งที่นำเสนอได้ โดยมีพื้นที่จัดแสดงที่เหมาะสม
- ไม่เห็นด้วยกับแนวคิด “ดุเด็ด ดำ ดัง” เนื่องจากให้ความรู้สึกที่ไม่เป็นมิตร ไม่น่าเข้าใกล้ และน่ากลัว สวนทางกับการท่องเที่ยวที่ต้องมีความน่ารัก เป็นมิตร และมีอัธยาศัยที่ดีกับผู้มาเยือน แต่เห็นด้วยกับคำว่า “ใต้แท้” เพราะสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้แตกต่างจากจังหวัดในภาคใต้อื่น ๆ ได้ไม่ยากนัก
- ภาพอนาคตของเมืองในอีก 10 ปีข้างหน้า คือ เมืองพัทลุงควรจะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่ม Gen Y/Z และกลุ่มผู้สูงวัยได้พร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยมีกำลังซื้อสูง เมืองควรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวและใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และนักท่องเที่ยวควรจะมีความสุขในการท่องเที่ยวจากค่าครองชีพที่ไม่สูงมากนัก วัฒนธรรม ธรรมชาติที่สดใหม่ไร้การปรุงแต่ง มีการปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เช่น การจัดการขยะ ภูมิทัศน์ สุขภาวะ รวมถึงการเป็นเมืองที่ส่งเสริมสุขภาพผ่านการเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้ เมื่อเมืองได้รับการพัฒนาแล้ว ภาคเอกชนต้องปรับตัวตามให้ทันด้วย

ความเห็นของผู้แทนภาคเอกชน ชุมชน และผู้แทนสถาบันการศึกษาในพื้นที่

- ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสักหนึ่งแห่งที่เป็นที่พักนักท่องเที่ยว จุดจำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงห้องประชุม ทั้งนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุงจัดสร้างไว้แล้ว แต่เข้าถึงยาก จึงไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการเท่าใดนัก
- ควรใช้ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ในการสร้างอัตลักษณ์ของเมืองให้เกิดขึ้นชัดเจน ดังคำกล่าวที่ว่า “พัทลุงดอน นครท่า ตรังนา สงขลาบ่อ” สื่อความหมายว่า ชื่อบ้านนามเมืองในเขตจังหวัดพัทลุง มักจะมีคำว่า “ดอน” หรือ “ควน” หรือ “โคก” แสดงถึงภูมิประเทศที่เป็นที่สูง ได้แก่ ดอนประดู่ อำเภอปากพะยูน ดอนทราย อำเภอควนขนุน ควนมะพร้าว อำเภอเมือง ควนถบ ควนเพ็ง โคกทราย โคกสูง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์กับจังหวัดรอบข้างแบบ “เกลอเขาเกลอเล” ระหว่างพัทลุงกับสงขลาและนครศรีธรรมราชที่อยู่ชายทะเล จึงนิยมแลกข้าวปลาจากสงขลาและนครศรีธรรมราชกับพืชผักจากพัทลุง โดยเฉพาะมะพร้าวกับมะละกอ

- พื้นที่เส้นลำปำมีวัดโบราณจำนวนมากและวิถีชุมชนที่มีเอกลักษณ์ โดยจะผนวกรวมกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างไร ในปัจจุบัน ยังไม่ค่อยมีธุรกิจชุมชนเท่าใดนัก คุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวมยังมีปัญหาอยู่ เช่น ขยะ น้ำเน่าเสีย พื้นที่เสื่อมโทรม เป็นต้น
- ศูนย์กลางการกระจายนักท่องเที่ยวมีสำคัญต่อการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวมากและเป็นหัวใจสำคัญเลยก็ว่าได้ เมืองพัทลุงมีชุมชนหลายแห่งที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นศูนย์กลางการกระจายนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อยากให้ส่วนราชการช่วยเสริมใน 3 เรื่องสำคัญ ได้แก่ (1) เศรษฐกิจ/ทุน (2) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (3) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสารเคมีทางการเกษตรที่ไหลลงสู่ทะเลน้อย มีผลต่อระบบนิเวศ แต่ที่ผ่านมา ยังเห็นภาครัฐไม่ค่อยเอาจริงเอาจังเท่าที่ควร
- ควรมีระบบขนส่งมวลชนที่ดีเพื่อให้บริการได้ทั้งคนในจังหวัดพัทลุงเองและรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนพร้อมที่จะต่อเชื่อมในลักษณะโลจิสติกส์
- เขตการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากเป็นกลุ่มจังหวัด จังหวัดพัทลุงจะรวมอยู่กับจังหวัดตรัง หากเป็น ททท. จังหวัดพัทลุงจะรวมอยู่กับจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้น จึงต้องหาศูนย์กลางการพัฒนาใช้เชิงนโยบายที่เหมาะสม เพื่อให้การพัฒนาเมืองเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง
- ควรจะมีเส้นทางจักรยาน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น เช่น แผ่นที่ ป้ายบอกทาง เป็นต้น

ภาคผนวกที่ 4

แผ่นสไลด์นำเสนอ วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

โครงการวิจัยย่อย 2 ในแผนงานวิจัย
แผนพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองท่องเที่ยวเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0

แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง

อภิวัฒน์ รัตนวราหะ
ศมาริช ธนะเพทย์

1

วัตถุประสงค์
การศึกษา

ประมวลปัญหาการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของไทย

ทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

วิเคราะห์ความท้าทาย โอกาสและอุปสรรคในการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ

นำเสนอตัวอย่างกลยุทธ์การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวและการออกแบบระดับย่าน

2

กรณีศึกษา	ขั้นตอน การศึกษา
ภูเก็ต เชียงราย พัทลุง เชียงใหม่ ลำปาง	ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับเมืองท่องเที่ยว ทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และโครงการสำคัญ สะท้อนสถานะ: ที่ผ่านมาเน้นจุดและเส้น ไม่เป็นระบบ ความท้าทายและศักยภาพในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว สะท้อนสถานะ: เมืองท่องเที่ยวไทยมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน เสนอแนวคิด แนวทางและเครื่องมือพัฒนาเมืองท่องเที่ยว

3

ภาพรวม ข้อค้นพบ	กับดักเมืองท่องเที่ยวระดับปานกลาง
capacity	ขีดความสามารถในการรองรับ โครงสร้างพื้นฐานปานกลาง เทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลปานกลาง
identity	อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว อัตลักษณ์ไม่ชัดเจน ๆ กลาง ๆ ความหลากหลายเป็นเสน่ห์ ?? แต่ต้องไม่ลดความน่าอยู่ของเมือง
equity	การกระจายผลประโยชน์และภาระจากการท่องเที่ยว คนได้ประโยชน์คือกลุ่มทุนใหญ่และจากภายนอก คนรับภาระคือคนภายในพื้นที่

4

เมืองท่องเที่ยว 2.0 ±	
แบรนด์	ไม่มีแบรนด์/ไม่ปรับแบรนด์/ไม่พัฒนาต่อยอดแบรนด์
พัฒนา	โครงสร้างพื้นฐาน 2.0
ออกแบบ	ภูมิทัศน์เมือง 2.0

5

การวางผังเมือง 2.0 ±	
กระบวนทัศน์	แนวคิดการวางแผนแบบดั้งเดิม วิสัยทัศน์และเป้าหมายเน้นแก้ไขปัญหาปัจจุบัน มองอนาคตเป็นเส้นตรง ไม่คำนึงถึงความไม่แน่นอน มีโครงการปรับภูมิทัศน์ แต่ไม่ได้ออกแบบเมืองเชิงยุทธศาสตร์
เครื่องมือ	เน้นผังเมืองรวม ไม่มีผังพัฒนาระดับย่าน ไม่มีแผนงานโครงการพัฒนา (capital improvement program) ไม่เชื่อมโยงกับมาตรการด้านการเงินการคลัง
สาระ	ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไม่เชื่อมกับการวางผังเมือง

6

องค์กร
2.0 ±

อปท. ส่วนกลางครอบงำและไม่เกื้อหนุน
- นโยบายและกฎหมายผูกมัดการทำงานให้อยู่ในกรอบเดิม
- ทรัพยากรที่ให้ไม่สมดุลกับนโยบายและพันธกิจที่สั่งให้ทำ

เอกชน บ้างขาด บ้างเกิน
- บางแห่งขาดภาคเอกชนที่ผลักดันการพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยว
- บางแห่ง ผู้ประกอบการเอกชนมีมาก จนรวมตัวกันพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไม่ได้ แยกและแย่งกันทำ

7

สรุป
ข้อค้นพบ

โจทย์การท่องเที่ยว 4.0
- เน้นประสบการณ์
- พฤติกรรมหลากหลาย
- ความเฉพาะบุคคล
- มีพลวัตสูง
- ใช้ข้อมูลเข้มข้น

ความเข้าใจในเส้นทางของลูกค้า (customer Journeys) ทั้งเชิงกายภาพและดิจิทัล

ความท้าทาย กับดักเมืองท่องเที่ยวระดับปานกลาง

ยุทธศาสตร์ เมืองท่องเที่ยว 4.0 < การออกแบบและพัฒนาเมือง + การสร้างแบรนด์เมือง + การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

เมืองท่องเที่ยว
2.0 → 4.0 เครื่องมือสำคัญ

Foresight คาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์ กรอบคิดยุทธ + ฉากทัศน์อนาคต + ยุทธศาสตร์
Branding แบรนด์เมือง อัตลักษณ์ + เรื่องราว + พื้นที่ + กิจกรรม + สัญลักษณ์ + สื่อสาร
Develop พัฒนาเมือง ทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์สำหรับโครงสร้างพื้นฐาน + การใช้ที่ดิน
Design ออกแบบเมือง องค์ประกอบย่าน + ภูมิทัศน์ + พื้นที่สาธารณะ + สถาปัตยกรรม

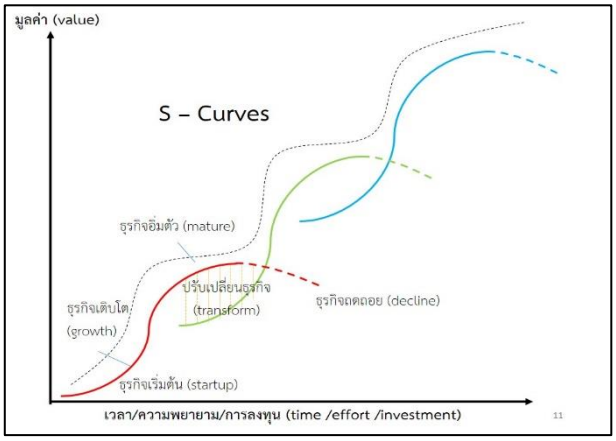
9

อนาคตการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเมือง



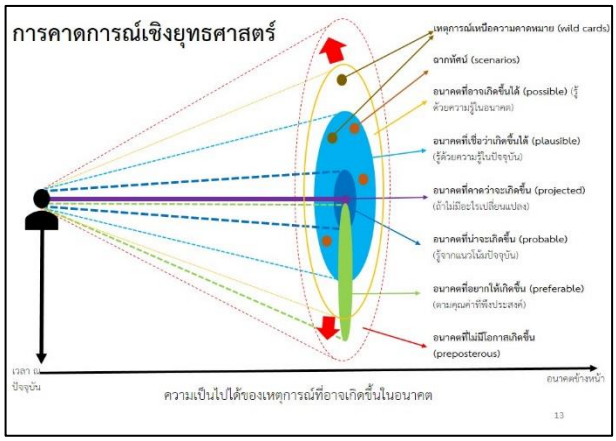
อนาคตเมืองขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว

10



11



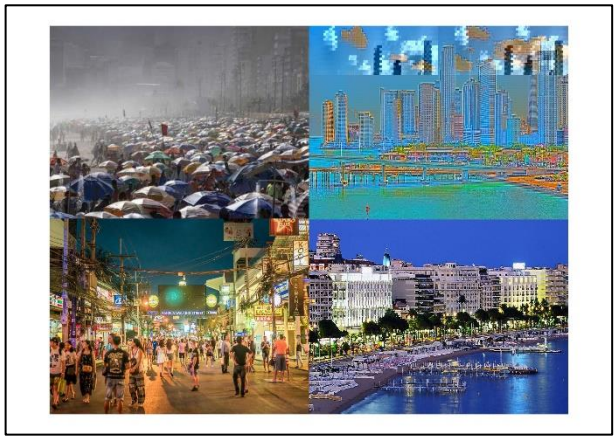

การคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์
เหตุการณ์เหนือความคาดหมาย (wild cards)
ฉากทัศน์ (scenarios)
อนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้ (possible) (รู้ด้วยความรู้ในอนาคต)
อนาคตที่เชื่อว่าเกิดขึ้นได้ (plausible) (รู้ด้วยความรู้ในปัจจุบัน)
อนาคตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (projected) (ถ้าไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง)
อนาคตที่น่าจะเกิดขึ้น (probable) (รู้จากแนวโน้มปัจจุบัน)
อนาคตที่อยากให้เกิดขึ้น (preferable) (ตามคุณค่าที่พึงประสงค์)
อนาคตที่ไม่มีโอกาสเกิดขึ้น (preposterous)
เวลา ณ ปัจจุบัน
อนาคตข้างหน้า
ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
13


กระบวนการ
ฉากทัศน์
problematize ระบุประเด็นปัญหา
drivers การคัดเลือกปัจจัยขับเคลื่อน (drivers)
prioritize จัดลำดับปัจจัยขับเคลื่อน
scenario logics กำหนดตรรกะฉากทัศน์
scenarios พัฒนาฉากทัศน์
indicators เลือกดัชนีชี้วัดสำหรับการติดตามผล
evaluation การประเมินผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแต่ละฉาก
assessment การประเมินทางเลือกยุทธศาสตร์
14


แนวทางการวางแผนฉากทัศน์ตามระดับความไม่แน่นอนและผลกระทบ
ระดับผลกระทบ (Impact)
สูง
กลาง
ต่ำ
ระดับความไม่แน่นอน (uncertainty)
สูง
ปัจจัยสำคัญที่สุดที่กำหนดฉากทัศน์
ปัจจัยสำคัญที่กำหนดฉากทัศน์
ประเมินและติดตาม
กลาง
ปัจจัยสำคัญที่กำหนดฉากทัศน์
ปัจจัยสำคัญสำหรับการวางแผน
สังเกตการณ์
ต่ำ
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการวางแผน
ปัจจัยสำคัญสำหรับการวางแผน
สังเกตการณ์
15

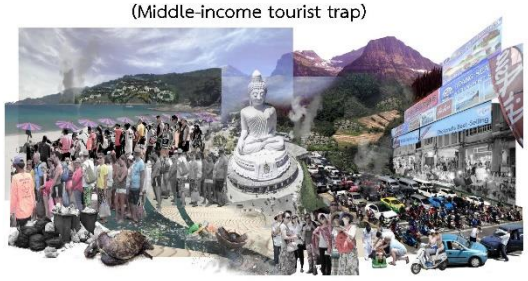

ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลกระทบและความไม่แน่นอนเพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์ (กรณีศึกษาภูเก็ต)
ผลกระทบ
สูง
กลาง
ต่ำ
ความไม่แน่นอน
สูง
•ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์
•การเมืองสับสนมีรัฐบาลผู้กว่าต่อการเจรจา
•ความไม่เป็นมิตรด้านการเมือง การต่อการร้าย
•ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์
•การเมืองสับสนระบบเลือกตั้งจากไทยแล
•ขอบเขตวิจารณ์ทางการเมืองมากขึ้น
•ปัจจัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด
ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์
•ปัจจัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด
•ปัจจัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด
กลาง
ปัจจัยที่ใช้สร้างฉากทัศน์
•นักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตกลดลงเล็กน้อย
•การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเข้าเมืองของประเทศ
•ปัจจัยที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์
•ปัจจัยที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์
•ปัจจัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด
ต่ำ
ปัจจัยวิกฤติที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์
•เกิดวิกฤตการณ์ระดับประเทศที่ส่งผลกระทบ
•นักท่องเที่ยวจีนลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญ
•นักท่องเที่ยวรัสเซียลดลงเล็กน้อย
•ปัจจัยที่ต้องกำหนดในแผนยุทธศาสตร์
•ปัจจัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด
16


รูปแบบการพัฒนาเมือง (Urban intervention approach)
Big and Bold (Comprehensive)
ดิสโทเปียการท่องเที่ยว
(Tourist Dystopia)
ไมอามีตะวันออก
(Miami of the East)
กับดักท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง
(Middle-Income Tourist Trap)
ริเวียราแห่งอันดามัน
(The Andaman Riviera)
Survival of the cheapest (Cost-based strategy)
Survival of the quickest (Value-based strategy)
Small is beautiful (Incremental)
17



กับดักการท่องเที่ยวรายได้ปานกลาง

(Middle-income tourist trap)



19

ดิสโทเปียการท่องเที่ยว

(Tourist Dystopia)



20

ไมอามีตะวันออก

(Miami of the East)



21

ริเวียราแห่งอันดามัน

(The Andaman Riviera)



22

ฉากทัศน์เมืองแม่สาย

ค้าขายชายแดน (Trading across borders)	ผจญภัยไร้พรมแดน (Exploring beyond frontier)	ประตูสู่ไทย (Gateway to Thailand)
เมืองแม่สายมีการค้าขายชายแดนอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่เป็นการค้าขายผ่านทางการที่ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่มีการค้าขายแบบผิดกฎหมาย ทำให้ไม่มีการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ทั้งการขนส่งสินค้าและการเงินได้รับผลกระทบ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาเมืองได้อย่างเต็มที่	แม่สายกลายเป็นจุดพักค้างคืนเดินทางต่อไปยังเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หลังจากที่ปัญหาการเมืองและความขัดแย้งทางการเมืองได้รับการแก้ไขแล้ว ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่กลับมาคึกคักอีกครั้ง	นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากเดินทางมาที่ชายแดนไทยทางบกผ่านเมืองแม่สาย ซึ่งเป็นประตูสู่ประเทศไทย มีโรงแรมสายหรูและรีสอร์ทให้เลือกมากมาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่

23

ฉากทัศน์เมืองเชียงของ

ค้าขายชายแดน (Trading across borders)	ผจญภัยไร้พรมแดน (Exploring beyond frontier)	ประตูสู่ไทย (Gateway to Thailand)
เมืองเชียงของมีการค้าขายชายแดนอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่เป็นการค้าขายผ่านทางการที่ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่มีการค้าขายแบบผิดกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนได้	เมืองเชียงของมีโอกาสที่จะเป็นจุดพักค้างแรมก่อนเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากเมืองใหญ่ๆ เช่น เชียงราย หรือเมืองอื่นๆ ในภูมิภาคนี้	นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากเดินทางมาที่ชายแดนไทยทางบกผ่านเมืองเชียงของ ซึ่งเป็นประตูสู่ประเทศไทย มีโรงแรมสายหรูและรีสอร์ทให้เลือกมากมาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่

24

ฉากทัศน์เมืองพัทลุง

เมืองถูกลืม	เมืองน่าลอง	เมืองต้องรัก
ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป	แวะพอหายเหนื่อย	หมุดหมายปลายทาง
นักท่องเที่ยวใช้พัทลุงเป็นเมืองผ่านเพื่อไปยังเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ ในภาคใต้ เช่น สงขลา ตรัง หาดใหญ่ เป็นต้น	นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเมืองพัทลุงส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านไปยังเมืองอื่นๆ ในภาคใต้	นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเมืองพัทลุงส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในเมืองพัทลุงโดยเฉพาะ

25

City
Branding ทำไมต้องสร้างแบรนด์เมือง

compete	ต้องแข่งขัน
focus	ต้องรู้ว่าจะมุ่งไปที่เรื่องไหน
ownership	ต้องให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม
buzz	ต้องสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

26

กระบวนการสร้าง
แบรนด์เมือง

objectives	ระบุวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
targets	เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
current brand	ระบุภาพลักษณ์ของแบรนด์ปัจจุบัน
brand identity	กำหนดอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่มุ่งหวัง
positioning	พัฒนาตำแหน่งของแบรนด์
value proposition	เสนอข้อเสนอการเพิ่มคุณค่าแก่กลุ่มเป้าหมาย
implementation	ดำเนินการตามแบรนด์
evaluation	ประเมินผล

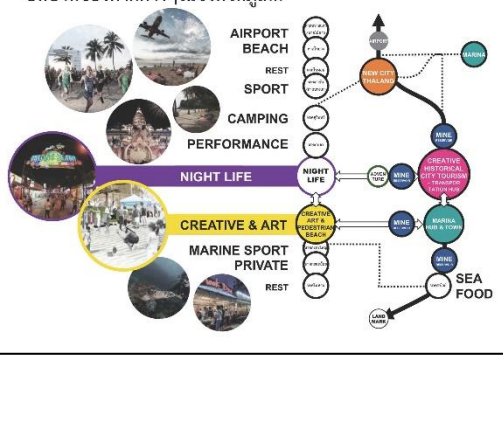
27

ข้อเสนอแนะ
ภูเก็ต

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟรางเบา
2. ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและเมืองเดิม
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองเก่ากับพื้นที่อื่น
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและออกแบบชุมเหมือง
5. ยุทธศาสตร์รักษาและยกระดับอัตลักษณ์ของย่านท่องเที่ยว

28

แนวคิดการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต
บทบาทของหาดต่างๆในจังหวัดภูเก็ต



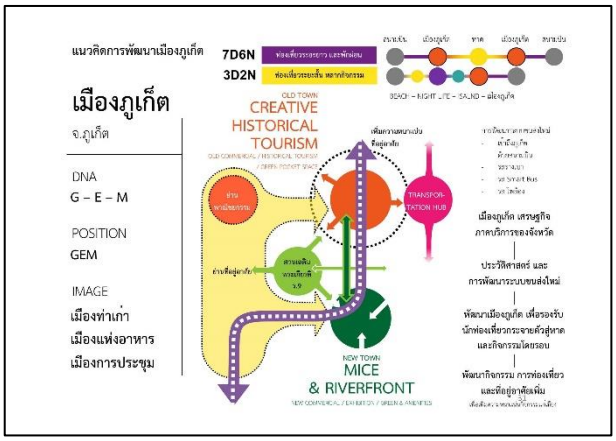
GORGEOUS BEACHES

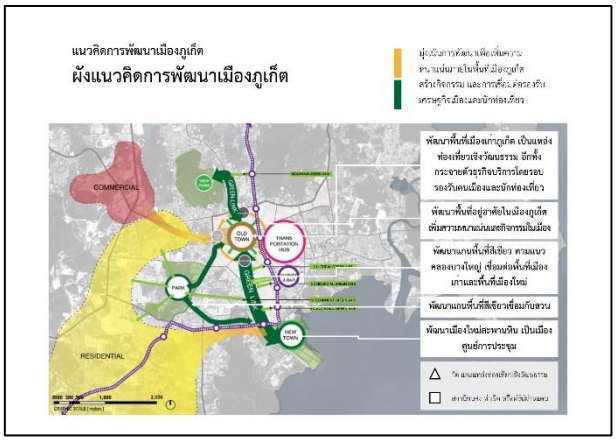
EXPERIENCE NATURE

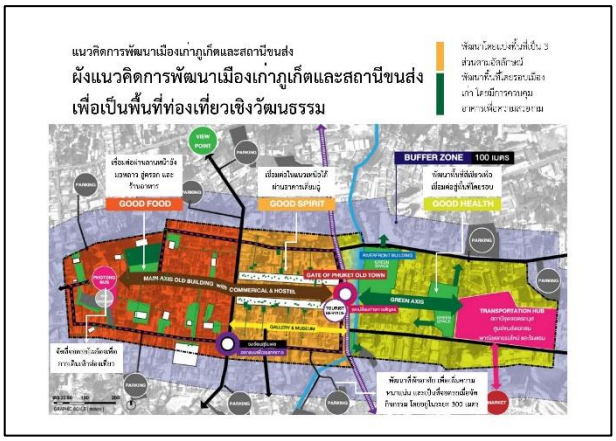


MEMORABLE OLD TOWN

30


แนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต
เมืองภูเก็ต
จ.ภูเก็ต
DNA
G – E – M
POSITION
GEM
IMAGE
เมืองท่าเก่า
เมืองแห่งอาหาร
เมืองการประชุม
7D6N
3D2N
OLD TOWN
CREATIVE
HISTORICAL
TOURISM
TRANSPOR-
TATION HUB
NEW TOWN
MICE
& RIVERFRONT


แนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต
ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองภูเก็ต
COMMERCIAL
RESIDENTIAL
OLD TOWN
NEW TOWN
PARK


แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง
ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง
เพื่อเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
BUFFER ZONE 100 เมตร
GOOD FOOD
GOOD SPIRIT
GOOD HEALTH
GATE OF PHUKET OLD TOWN
GREEN AXIS
TRANSPORTATION HUB

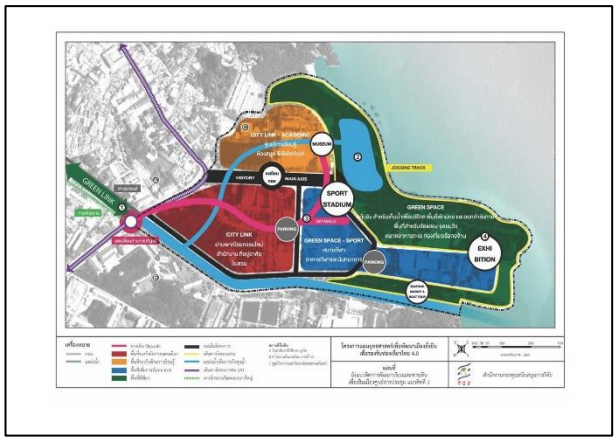

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณสะพานหิน – เมืองวิชัยและพัฒนานานาชาติ
SCHEMETIC 3
คลองบางใหญ่ และการพัฒนารอบสถานีรถไฟรางเบา
AFTER


ภาพทัศนียภาพพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง – พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
BEFORE
ถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช


ภาพทัศนียภาพพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง – พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
AFTER
ถนนพังงา และการพัฒนารอบวงเวียนสุริยเดช


แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง
องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม


แนวคิดการพัฒนาเมืองเก่าภูเก็ตและสถานีขนส่ง
องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

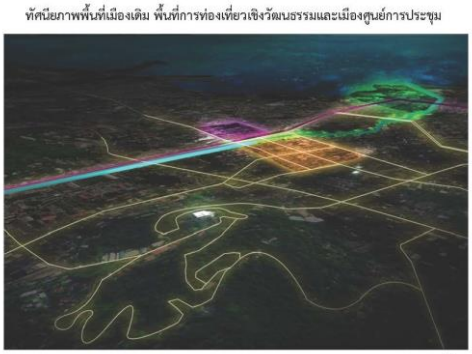

CITY LINK - ACADEMIC
MUSEUM
JOGGING TRACK
HISTORY
MAIN AXIS
SPORT STADIUM
GREEN SPACE
GREEN LINK
CITY LINK
GREEN SPACE - SPORT
EXHI BITION

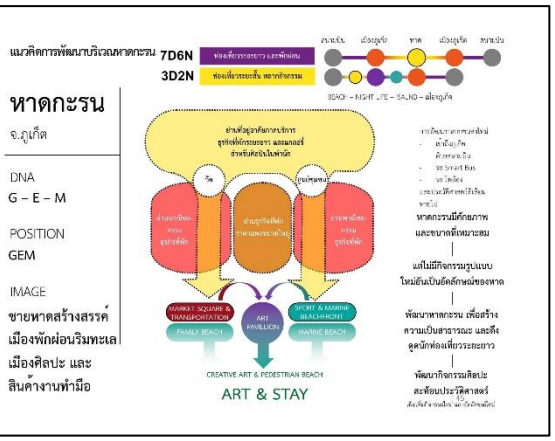


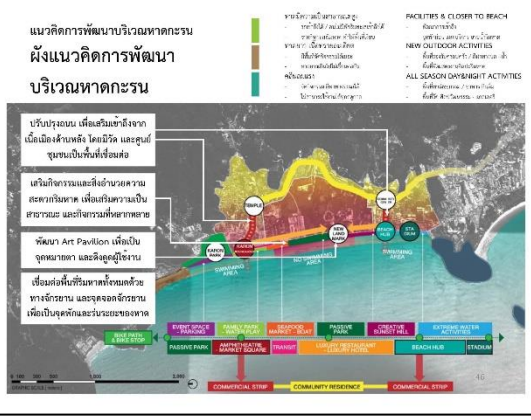

กะพ้อตักดิน
สำหรับชุดดีบุก
หอย
แสดงถึงความสัมพันธ์กับทะเล
หมวกปีกกว้าง
หมวกชาวเล ชายหาด
การสะท้อนของน้ำ
จากการซ้อน และแสง



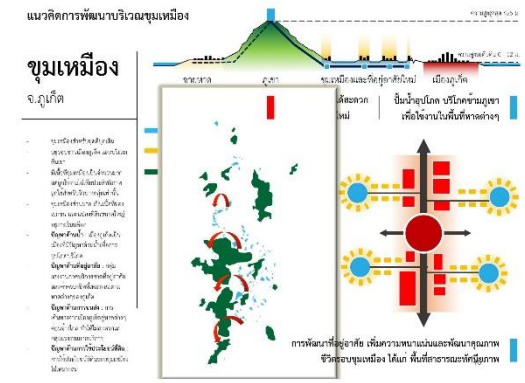



ทัศนียภาพพื้นที่เมืองเดิม พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเมืองศูนย์การประชุม

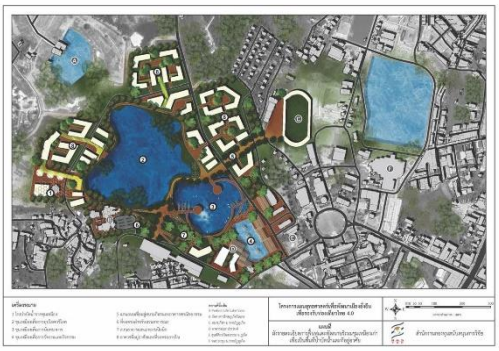

แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน
7D6N
3D2N
หาดกะรน
จ.ภูเก็ต
DNA
G – E – M
POSITION
GEM
IMAGE
ขายหาดสร้างสรรค์
เมืองพักผ่อนริมทะเล
เมืองศิลปะ และ
สินค้างานทำมือ
ART & STAY

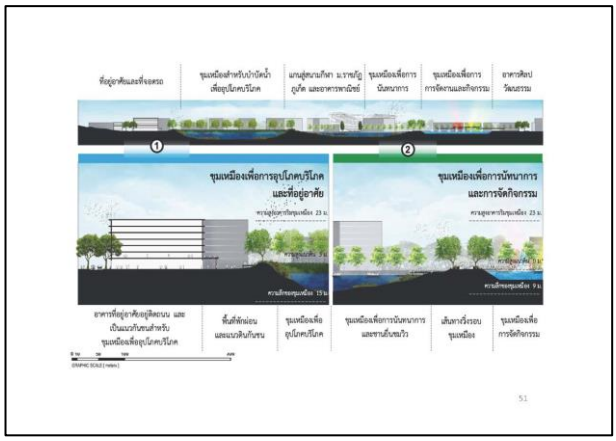

แนวคิดการพัฒนาบริเวณหาดกะรน
ผังแนวคิดการพัฒนา
บริเวณหาดกะรน
FACILITIES & CLOSER TO BEACH
NEW OUTDOOR ACTIVITIES
ALL SEASON DAY&NIGHT ACTIVITIES

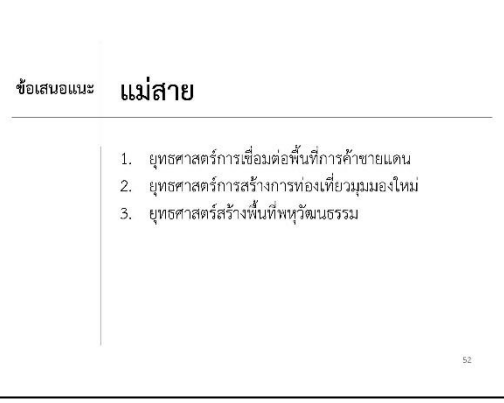

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณหาดกะรน– พื้นที่เปลี่ยนถ่าย ค้าขาย และนิทรรศการ
AFTER
พื้นที่ตลาดรอบวงเวียนกะรน และพื้นที่จัดแสดง


แนวคิดการพัฒนาบริเวณขุมเหมือง
ขุมเหมือง
จ.ภูเก็ต

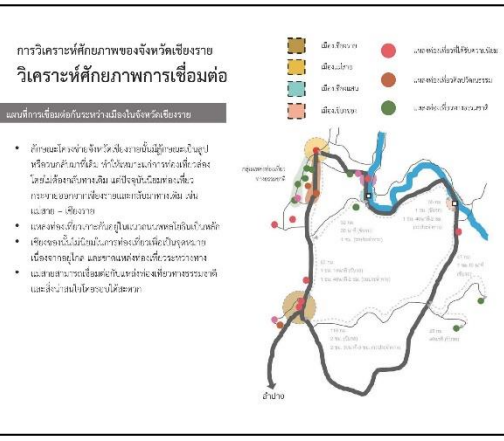

แนวคิดการพัฒนาบริเวณขุมเหมือง ม.ราชภัฏภูเก็ต
ผังแนวคิดการพัฒนาบริเวณขุมเหมืองเก่า
เพื่อเป็นพื้นที่บำบัดน้ำและที่อยู่อาศัย
พัฒนาขุมเหมือง เพื่อบำบัดน้ำเสียอุตสาหกรรม บริโภค และวิจัยทางการ สร้างกิจกรรม และที่อยู่อาศัยในระยะยาว โดยมีแนวกันชนสำหรับเป็นอุตสาหกรรมบริโภค ตัดถนนภายใน เพื่อเชื่อมต่อระบบโครงข่ายใหญ่
พัฒนาที่อยู่อาศัย โดยรอบขุมเหมือง โดยมีระยะกันชนสำหรับบ่อบำบัด เพื่อนำน้ำในขุมเหมืองมาบำบัดได้
พัฒนาพื้นที่สีเขียวและกิจกรรม นันทนาการ โดยแยกจากบ่ออุตสาหกรรม และเชื่อมต่อสนามกีฬาของม.ราชภัฏ
ปรับสำหรับกิจกรรมรองรับอาคาร อนุสาวรีย์ และศูนย์วัฒนธรรม
TREATMENT POND
LEISURE POND
SPORT STADIUM
PARK & AMENITIES
CULTURAL CENTER
GREEN LINK
FARMING
EVENT BUILDING
EVENT POND
49

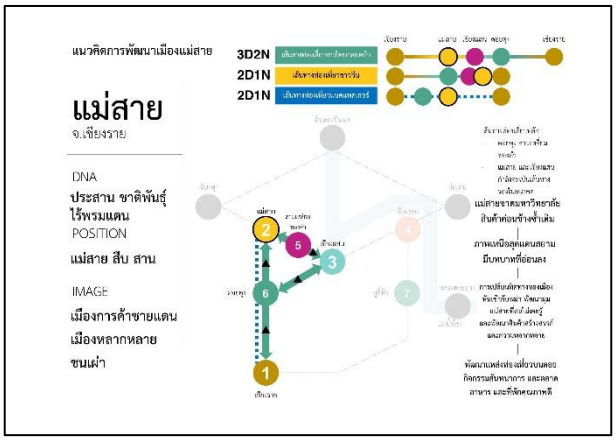

50


ที่อยู่อาศัยและที่จอดรถ
ขุมเหมืองสำหรับบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคบริโภค
แกนสู่สนามกีฬา ม.ราชภัฏภูเก็ต และอาคารพาณิชย์
ขุมเหมืองเพื่อการนันทนาการ
ขุมเหมืองเพื่อการการจัดงานและกิจกรรม
อาคารศิลปวัฒนธรรม
ขุมเหมืองเพื่อการอุปโภคบริโภค และที่อยู่อาศัย
ขุมเหมืองเพื่อการนันทนาการ และการจัดกิจกรรม
51


ข้อเสนอแนะ
แม่สาย
1. ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อพื้นที่การค้าชายแดน
2. ยุทธศาสตร์การสร้างการท่องเที่ยวมุมมองใหม่
3. ยุทธศาสตร์สร้างพื้นที่พหุวัฒนธรรม
52


การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดเชียงราย
วิเคราะห์ศักยภาพการเชื่อมต่อ
แผนที่การเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน
จีน
พม่า
ลาว
ประเทศไทย
(จ.เชียงราย)


การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดเชียงราย
วิเคราะห์ศักยภาพการเชื่อมต่อ
แผนที่การเชื่อมต่อกันระหว่างเมืองในจังหวัดเชียงราย

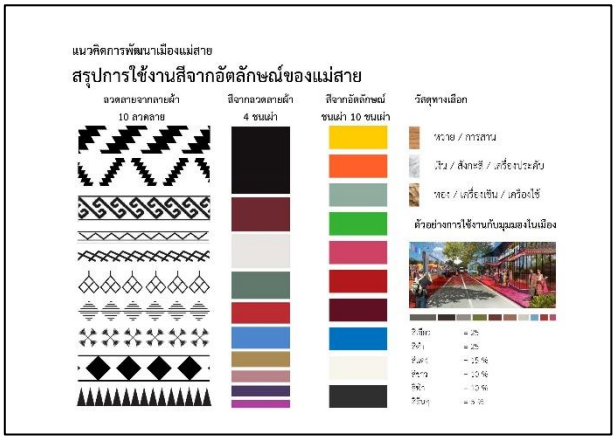

แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย
แม่สาย
จ.เชียงราย
DNA
ประสาน ชาติพันธุ์
ไร้พรมแดน
POSITION
แม่สาย สีบ สาน
IMAGE
เมืองการค้าชายแดน
เมืองหลากหลาย
ชนเผ่า
3D2N
2D1N
2D1N


แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย
การประสาน
ความร่วมมือ
ป่า ดอย ผา ภูเขา
พหุวัฒนธรรม
10 ชาติพันธุ์
ประสาน
CITY - MOUNTAIN
CO - OPERATE
แม่สาย
สีบสาน
ชาติพันธุ์
ETHNIC GROUP
ไร้พรมแดน
RIVER -
BOUNDARY
แม่น้ำสาย และ
แม่น้ำกก
การค้าชายแดน
พรมแดน สยาม


แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย
ผังแนวทางการพัฒนาภายใน
ตัวเมืองแม่สายและดอย
พัฒนาพื้นที่ริมน้ำแม่สายเพื่อรับน้ำ
และเป็นพื้นที่สาธารณะภายในเมือง
พัฒนาพื้นที่ตลาดสายหมอก และ
ตามแนวถนนพหลโยธิน
ปรับปรุงถนนลักษณะ Boulevard
เพื่อเพิ่มความสวยงาม และการเดิน
ให้กับการสัมผัสวิถีชาวม่า
พัฒนาระบบ Shuttle Bus เชื่อมต่อ
จากตลาดบัวขนส่งเข้าสู่ตำบลหมอก
พัฒนาพื้นที่เพื่อจัดงานเทศกาล
บริเวณที่ว่าการอำเภอ
พัฒนาดอยเวา และวัด เพื่อเป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
พัฒนาวัดถ้ำผาจมเพื่อเป็นจุดชมวิว
เมืองแม่สาย


ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับเที่ยวแบบพหุวัฒนธรรมและการค้าชายแดน
AFTER
จุดชมวิวเมืองแม่สาย จากวัดถ้ำผาจม


ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอ – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล


แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย
สรุปการใช้งานสีจากอัตลักษณ์ของแม่สาย
ลวดลายจากกาลำ
10 ลวดลาย
สีจากลวดลายผ้า
4 ชนเผ่า
สีจากอัตลักษณ์
ชนเผ่า 10 ชนเผ่า
วัสดุทางเลือก
ตัวอย่างการใช้งานกับอุปกรณ์ในเมือง

แนวคิดการพัฒนาเมืองแม่สาย

องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม



ภาพทัศนียภาพพื้นที่แม่สาย – พื้นที่สำหรับการท่องเที่ยววัฒนธรรมและงานเทศกาล

AFTER

พื้นที่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอและสนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย



ข้อเสนอแนะ

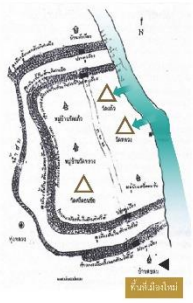
เชียงของ

1. ยุทธศาสตร์การเชื่อมต่อย่านทั้งหมดด้วยพื้นที่ริมแม่น้ำโขง
2. ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ภายในเมืองเก่า
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวในอนาคต
4. ยุทธศาสตร์การจัดการที่จอดรถและขนส่งสาธารณะ

63

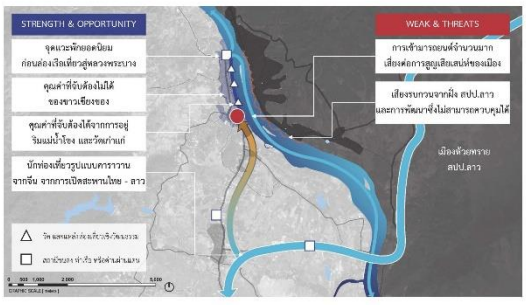
การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดเชียงราย

เมืองเชียงของโบราณ (ขรราช) – วัด - ริมแม่น้ำโขง



การวิเคราะห์ศักยภาพเมืองเชียงของ

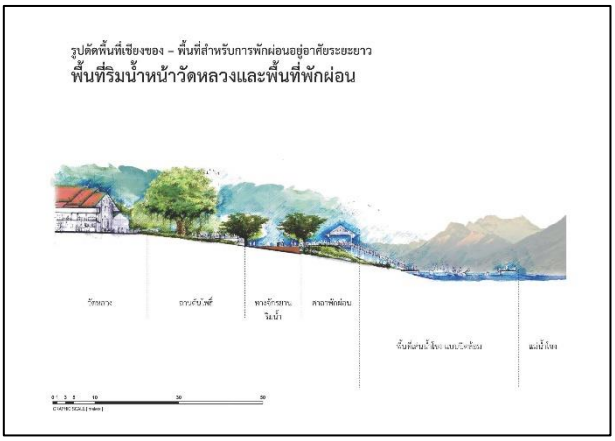
S.W.O.T.



แนวคิดการพัฒนาเมืองเชียงของ



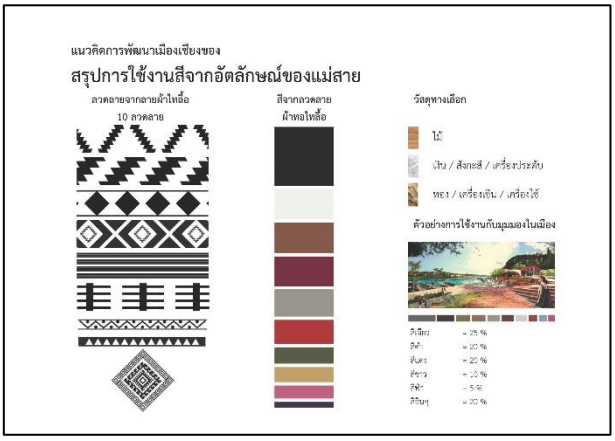

แนวคิดการพัฒนาเมืองเชียงของ
ผังแนวทางการพัฒนาภายใน
ตัวเมืองเก่าเชียงของ
CULTURAL PARK
LEISURE PARK
EVENT PARK
NIGHT MARKET WALKING STREET
PARKING


รูปตัดพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว
พื้นที่ริมน้ำหน้าวัดหลวงและพื้นที่พักผ่อน


ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณลานปลาบึกและท่าเรือ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล

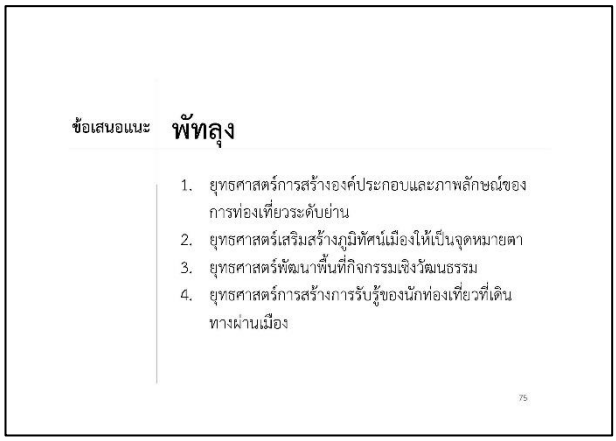

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการจัดงานนิทรรศการและเทศกาล
AFTER
ลานอนุสาวรีย์ปลาบึก สำหรับการจัดงานนิทรรศการ

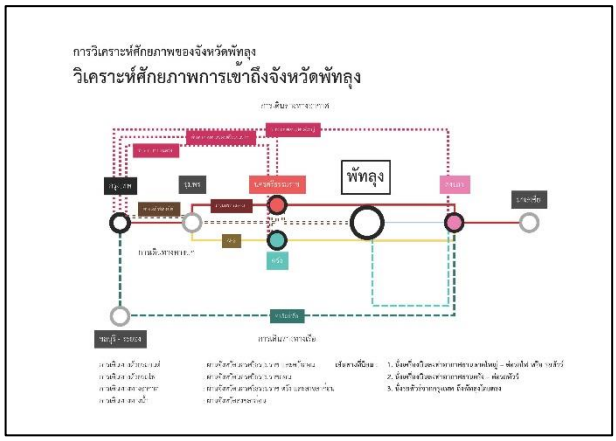

ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว
AFTER
ลานกิจกรรมสันทนาการริมน้ำ บริเวณผาถ่าน

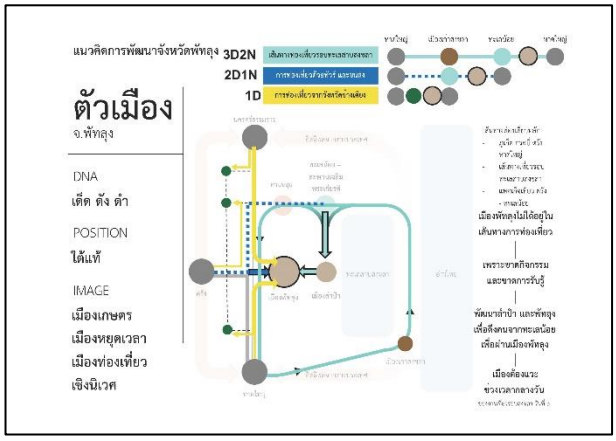

แนวคิดการพัฒนาเมืองเชียงของ
สรุปการใช้งานสีจากอัตลักษณ์ของแม่สาย
ลวดลายจากลายผ้าไหล้อ
10 ลวดลาย
สีจากลวดลาย
ผ้าทอไหล้อ
วัสดุทางเลือก
ไม้
เส้น / สังกะสี / เครื่องประดับ
ทอง / เครื่องเงิน / เครื่องใช้
ตัวอย่างการใช้งานกับชุมชนในเมือง

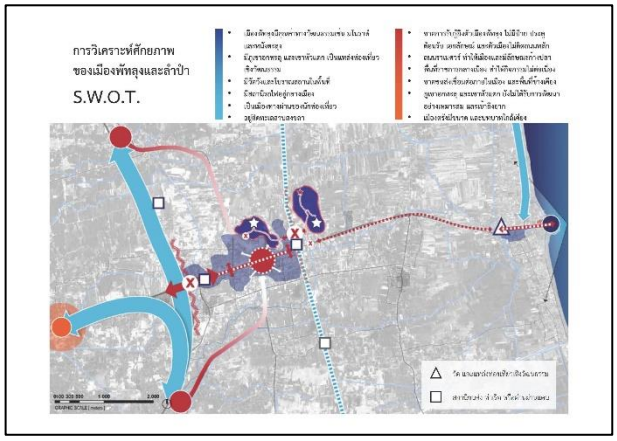

แนวคิดการพัฒนาเมืองเชิงของ
องค์ประกอบเมือง ด้านศิลปะและวัฒนธรรม


ภาพทัศนียภาพพื้นที่เชียงของ – พื้นที่สำหรับการพักผ่อนอยู่อาศัยระยะยาว
AFTER
ทางเดินริมแม่น้ำโขง บริเวณหน้าวัดหลวงไชยสถาน


ข้อเสนอแนะ
พัทลุง
1. ยุทธศาสตร์การสร้างองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวระดับย่าน
2. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างภูมิทัศน์เมืองให้เป็นจุดหมายตา
3. ยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม
4. ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเมือง
75


การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดพัทลุง
วิเคราะห์ศักยภาพการเข้าถึงจังหวัดพัทลุง
พัทลุง


แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง
3D2N
2D1N
1D
ตัวเมือง
จ.พัทลุง
DNA
เต็ด ตัง ตำ
POSITION
ได้แท้
IMAGE
เมืองเกษตร
เมืองหยุดเวลา
เมืองท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ
เมืองพัทลุงไม่ได้อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยว
เพราะขาดกิจกรรมและขาดการรับรู้
พัฒนาลำปำ และพัทลุง
เพื่อดึงคนจากพะเยาน้อย
เลือผ่านเมืองพัทลุง
เมืองต้องมีจุดแวะพักระหว่างทาง


การวิเคราะห์ศักยภาพ
ของเมืองพัทลุงและลำปำ
S.W.O.T.


แนวคิดการพัฒนาจังหวัดพัทลุง
อาหารเด็ด
พักผ่อน และหยุดเวลา
วิวเด็ด
3 ภูเขา 3 ทะเลสาบ
วัฒนธรรมวิถีใต้
และพูดเสียงดัง
เด็ด
SCENIC & FOOD
ดัง
CULTURAL & PERFORMANCE
ใต้แท้
ดำ
ECOLOGY
ควายน้ำ – นก –
ปลาโลมาอิรวดี
ต้นกำเนิดโนราห์ –
หนังตะลุง
(เสียงกลอง และเครื่องดนตรี)
วิถีชีวิตชาวนา
และข้าวสังข์หยด


ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณทะเลสาบสงขลา – การติดตั้งแสงไฟและเจดีย์เขาอกทะลุ
AFTER
มุมมองจากบริเวณหน้าวัดคลองกำหรำ (ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา)

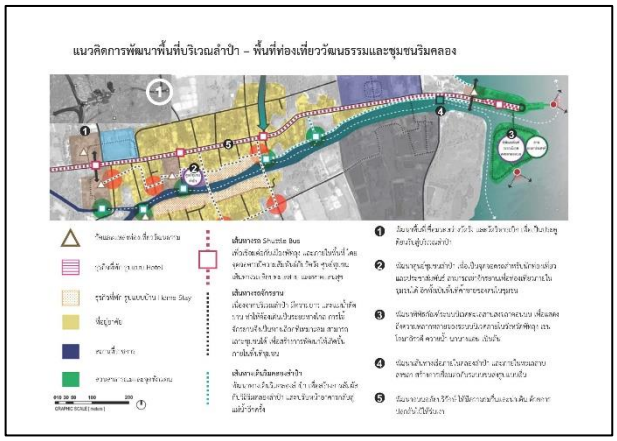

แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ
ผังแนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำปำ
พัฒนาประตูเมืองเพื่อ
สร้างการรับรู้ถึงเมือง
พัทลุง
พัฒนาเขาอกทะลุและเขาวิวแลก
เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็น
Landmark ของเมืองพัทลุง
พัฒนารอ Shuttle Bus เชื่อมต่อ
ภายในเมืองพัทลุง และเมืองลำปำ
พัฒนาลานหน้าศาลากลาง เพื่อเป็นลาน
สำหรับจัดเทศกาล และการแสดงของเมือง


ภาพจำลองบริเวณเขาอกทะลุ – พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง
การพัฒนาเส้นทางภายในเขาอกทะลุ


ผังรายละเอียดพื้นที่บริเวณเขาอกทะลุ – พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์เมืองพัทลุงและชมวิวเมือง

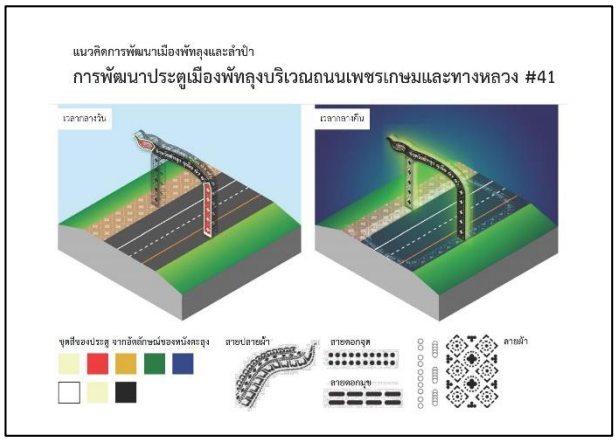

ภาพทัศนียภาพพื้นที่วัดคูหาสวรรค์และสถานีรถไฟ – พื้นที่ตลาดและศูนย์ให้ข้อมูล
AFTER
แกนสู่เขาอกทะลุ - พื้นที่ริมคลองเลียบทางรถไฟ (เวลากลางคืน)


ภาพทัศนียภาพพื้นที่หน้าศาลากลางและพระพุทธนิรโรคันฯ – พื้นที่จัดงานเทศกาลเมือง
AFTER
พื้นที่ลานหน้าพระพุทธนิรโรคันฯ

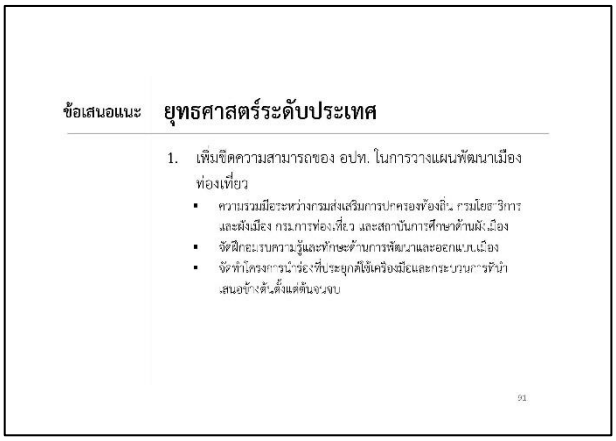

แนวคิดการพัฒนาพื้นที่บริเวณลำป๋า – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง

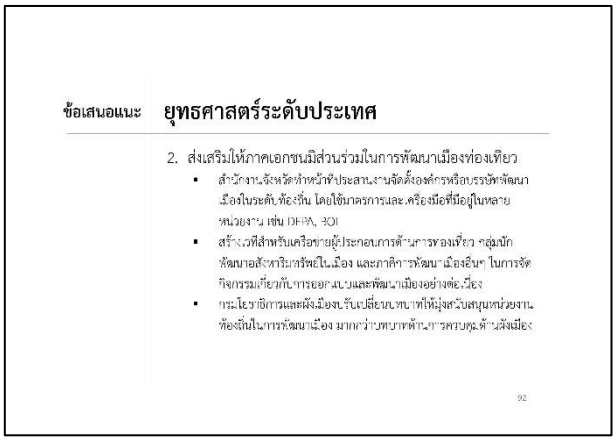

ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณลำป๋า – พื้นที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนริมคลอง
AFTER
พื้นที่บริเวณคลองลำป๋า – วัดวัง - ศูนย์ชุมชน
ร้านเรือนพักชมวิว
ชุมชนลำป๋า

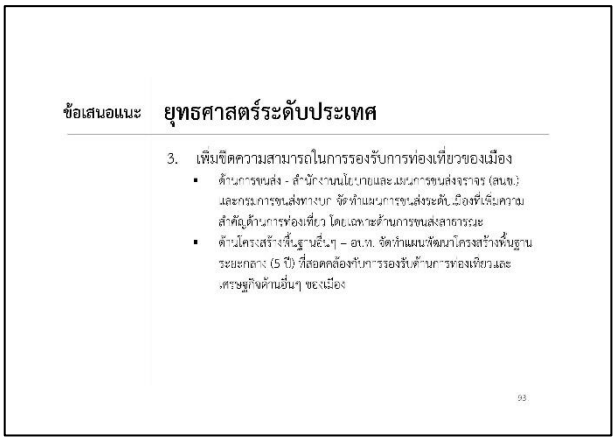

แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำป๋า
องค์ประกอบเมือง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
หนังตะลุง และเงา
หนังตะลุงย้อมสี
แนวขอบทะลุ

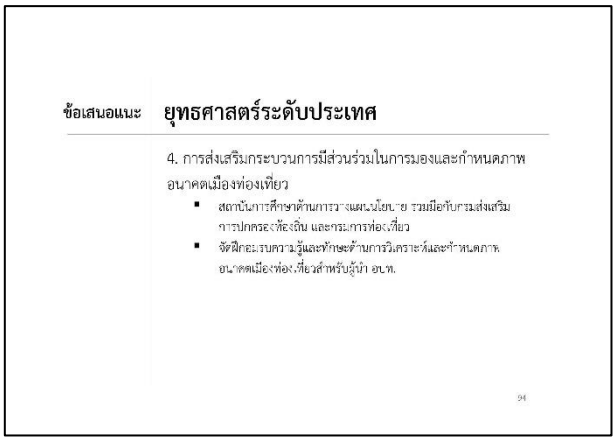

แนวคิดการพัฒนาเมืองพัทลุงและลำป๋า
การพัฒนาประตูเมืองพัทลุงบริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41
เวลากลางวัน
เวลากลางคืน
ชุดสีของประตู จากอักษรหน้าของหนังตะลุง
ลายม้วนม้า
ลายดอกจุด
ลายดอกบุษ
ลายผ้า


ภาพทัศนียภาพพื้นที่บริเวณถนนเพชรเกษมและทางหลวง #41 – การพัฒนาประตูเมืองพัทลุง
AFTER
ทางหลวงหมายเลข 41 บริเวณคลองหลา


ข้อเสนอแนะ ยุทธศาสตร์ระดับประเทศ
1. เพิ่มขีดความสามารถของ อปท. ในการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
▪ ความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาด้านผังเมือง
▪ จัดฝึกอบรมความรู้และทักษะด้านการพัฒนาและออกแบบเมือง
▪ จัดทำโครงการนำร่องที่ประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการที่นำเสนอข้างต้นตั้งแต่ต้นจนจบ
91


ข้อเสนอแนะ ยุทธศาสตร์ระดับประเทศ
2. ส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว
▪ สำนักงานจังหวัดทำหน้าที่ประสานงานจัดตั้งองค์กรหรือบรรษัทพัฒนาเมืองในระดับท้องถิ่น โดยใช้มาตรการและเครื่องมือที่มีอยู่ในหลายหน่วยงาน เช่น DPA, BOI
▪ สร้างเวทีสำหรับเครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว กลุ่มนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเมือง และภาคีการพัฒนาเมืองอื่นๆ ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง
▪ กระโยชน์ภาษีและผังเมืองปรับเปลี่ยนบทบาทให้มุ่งสนับสนุนหน่วยงานท้องถิ่นในการพัฒนาเมือง มากกว่าบทบาทด้านการควบคุมด้านผังเมือง
92


ข้อเสนอแนะ ยุทธศาสตร์ระดับประเทศ
3. เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของเมือง
▪ ด้านการขนส่ง - สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งจราจร (สนข.) และกรมการขนส่งทางบก จัดทำแผนการขนส่งระดับเมืองที่เพิ่มความสำคัญด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการขนส่งสาธารณะ
▪ ด้านโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ – อปท. จัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระยะกลาง (5 ปี) ที่สอดคล้องกับการรองรับด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจด้านอื่นๆ ของเมือง
93


ข้อเสนอแนะ ยุทธศาสตร์ระดับประเทศ
4. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการมองและกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยว
▪ สถาบันการศึกษาด้านการวางแผนนโยบาย รวมมือกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และกระทรวงท่องเที่ยว
▪ จัดฝึกอบรมความรู้และทักษะด้านการวิเคราะห์และกำหนดภาพอนาคตเมืองท่องเที่ยวสำหรับผู้นำ อปท.
94