

นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองกับการลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ท่องเที่ยว

Secondary Cities Tourism Policy and Reducing Tourism Spatial Inequality

ภัทรดนัย ไหมพระเนตร¹ เทวัญ รัตน์² ธนิสร พงศ์พิทักษ์โยธิน³ ภาสกร ดอกจันทร์⁴

Pattaradanai Maiphranate, Thawan Rattana, Thanison Phonghitakyotin, Phasakorn Dokchan

บทคัดย่อ (Abstract)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง โดยมีจุดแข็งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่หลากหลาย รวมถึงการให้บริการที่ประทับใจและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยเป็นที่นิยมทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยที่นิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ หากแต่แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมยังคงกระจุกตัวอยู่เพียงจังหวัดใหญ่ ทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถกระจายตัวสู่จังหวัดอื่นทั่วประเทศ ดังนั้นภาครัฐจึงมีนโยบายการกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่จังหวัดเมืองรองเพื่อเป็นการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ท่องเที่ยว

ดังนั้น นโยบายการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ตอบสนองต่อกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องอาศัยหลัก “SMILE” มาประยุกต์ใช้ ดังนี้ 1) Safety ความปลอดภัย 2) Manpower ทรัพยากรมนุษย์ 3) Inclusive เพื่อคนทุกเพศวัย 4) Locality เอกลักษณะท้องถิ่น และ 5) Environmental สิ่งแวดล้อม โดยอาศัยหลักความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยและการท่องเที่ยวเมืองรอง

คำสำคัญ (Keywords) : การท่องเที่ยวเมืองรอง; ความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ท่องเที่ยว

Abstract

Thailand is a country with high tourism potential. with strong points rich natural resources diverse lifestyles and cultures Including the service at Impressive and friendly to tourists therefore making Thailand's tourist attractions popular both Foreigners and Thai people who travel within the country but still popular tourist attractions concentrated in only large provinces causing tourism to be unable to spread to other provinces across the country

Received: 2022-12-22 Revised: 2023-01-03 Accepted: 2023-01-05

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: Tommy.jubjub@hotmail.com.

² นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: phumine2516@hotmail.com.

³ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: tanison2644@gmail.com.

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Advisor and Couse Instructor for Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: Phat.mbu@gmail.com.

Therefore, the government has a policy to distribute tourist attractions in secondary provinces. to solve the problem spatial disparity in tourism.

Therefore the country's tourism promotion policy to reduce spatial inequality tourism in order to effectively respond to the tourism development process of secondary cities Therefore, the "SMILE" principle must be applied as follows: 1) Safety, safety, 2) Manpower, human resources, 3) Inclusive for people of all ages, 4) Locality, local identity, and 5) Environmental, based on cooperation between the public, private and community sectors. in driving Thai tourism and tourism in secondary cities.

Keywords: tourism in secondary cities; tourism spatial disparity

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวควบคู่กับการพัฒนาประเทศไทยอย่างสูง เป็นกลไกสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญที่จะนำเงินตราต่างประเทศ การสร้างงานในภาคการท่องเที่ยว และการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ทั้ง ระบบไฟฟ้า ประปา ถนน การคมนาคมขนส่ง และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการค้าการลงทุน เมื่อประเทศไทยประสบกับภาวะทางเศรษฐกิจครั้งใด การท่องเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญและเป็นที่ยึดเหนี่ยวของรัฐบาลในการสร้างรายได้ให้กับประเทศที่สามารถจะทำให้เศรษฐกิจไทยกลับมาฟื้นตัวได้มากกว่าภาคการผลิต การส่งออก และการบริการอื่น ๆ หากแต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะประสบกับการเปลี่ยนแปลง (Disruption) ที่รุนแรงและมีความอ่อนไหวง่ายทั้งจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งปัญหาการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ การผันผวนของเศรษฐกิจโลก ปัญหาพลังงานเชื้อเพลิง การพัฒนาและการเปิดตลาดท่องเที่ยวของประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค ที่เป็นผลทำให้อัตรานักท่องเที่ยวต่างประเทศลดน้อยลงหรือปัญหาภายในประเทศ ทั้งปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ สังคมภายในที่เป็นตัวจุดรั้งการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งความเหลื่อมล้ำในพื้นที่การท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดการพัฒนาและการกระจายรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมาก บางจังหวัดเป็นเพียงทางผ่านเพื่อเดินทางไปสู่จังหวัดหลักในการท่องเที่ยวทำให้ประชาชน ผู้ประกอบการร้านค้าและโรงแรมที่พัก รวมถึงองค์กรปกครองท้องถิ่นขาดรายได้ และไม่สามารถจัดเก็บภาษีที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวได้เลย จึงส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำอย่างชัดเจนเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้น

เมืองรอง (Less visited area) คือ เมืองท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวไม่มาก (ปีหนึ่งต่ำกว่า 4,000,000 คน) มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นน้อย (ศิริขวัญ วิเชียรเพ็ลล, 2564: 4) ซึ่งแตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวหลัก มีด้วยกันทั้งหมด 55 จังหวัด จาก 5 ภูมิภาค ดังนี้

ภาคเหนือ ซึ่งเป็นภาคที่เป็นที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงหน้าหนาวมีด้วยกันทั้งหมด 16 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พะเยา น่าน แพร่ ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ พิษณุโลก เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีอัตลักษณ์และความน่าสนใจ ทั้งวัฒนธรรมภาษาและอาหาร การกินที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกตามีด้วยกันทั้งหมด 18 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย บึงกาฬ อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย ชัยภูมิ มหาสารคาม กาฬสินธุ์ สกลนคร นครพนม มุกดาหาร ร้อยเอ็ด ยโสธร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์

ภาคตะวันออก มีพื้นที่ติดกับอ่าวไทยและยังมีภูมิประเทศเป็นหุบเขามีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ มีเมืองรองที่น่าสนใจทั้งหมด 5 จังหวัด ได้แก่ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว จันทบุรี ตราด

ภาคกลาง เป็นพื้นที่อยู่ใกล้กับเมืองหลวงคือกรุงเทพมหานคร หากแต่มีพื้นที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแต่ยังถูกมองข้ามของนักท่องเที่ยวมีทั้งหมด 7 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี ลพบุรี สมุทรสงคราม ราชบุรี

ภาคใต้ นอกจากจะโดดเด่นในแง่ของการเป็นพื้นที่ ๆ มีทะเลล้อมรอบแล้ว ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่หลากหลายทั้งหมด 9 จังหวัด ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ยะลา นราธิวาส ปัตตานี (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562: 45)

เนื้อหา (Content)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (ประเด็นการท่องเที่ยว)

จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (ประเด็นการท่องเที่ยว) ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวไทยต้องรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยมีเป้าหมายที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสามารถสร้างความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ และรักษาจุดเด่นของประเทศในด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และความมีอัตลักษณ์ในความเป็นไทย ตลอดจนให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการกระจายการท่องเที่ยวทั้งในด้านพื้นที่หรือการสร้างรายได้ในชุมชน ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย โดยที่แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แผนย่อย ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรม รวมถึงสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ส่งเสริมการจัดประชุมหรือนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงการที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นการสนับสนุนการพัฒนา กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และเป็นเวทีเพื่อการเจรจาต่อรองการค้า การลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมายได้

3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เป็นการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าบริการ บุคลากร ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Value chain)

มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าสินค้าบริการ และสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทย

4. การท่องเที่ยวทางน้ำ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย เป็นการสร้างรายได้รูปแบบใหม่ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการท่องเที่ยวทางน้ำที่ครอบคลุมทั้งการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง รวมถึงแหล่งน้ำในลุ่มน้ำสำคัญ โดยอาศัยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงความเหมาะสมของบริบทและชุมชนในพื้นที่

5. การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ยกกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากความสะดวกได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทั้งระบบ และกรอบความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนพื้นฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อเป็นเพิ่มศักยภาพ และเป็นตัวเลือกในการที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวร่วมกัน

6. การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ และพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ (ศิริขวัญ วิเชียรเพริศ, 2564: 8-9)

นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนของรัฐบาล

จากยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้จำนวน 6 ยุทธศาสตร์ 1 รายการ โดยนำยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ มากำหนดเป็นกรอบโครงสร้างยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ 2 : ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนงานที่ 4 การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ด้วยงบประมาณทั้งสิ้น 4,653.8 ล้านบาท เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและมีอัตราการขยายตัวของการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการภาคการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศควบคู่ไปกับการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยว สร้างความหลากหลายทางการท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการสุขภาพ พัฒนาภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบโดยมุ่งเน้นที่เชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเชื่อมโยงต่อเนื่องไปยังภูมิภาคพัฒนาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในทุกกระดับ ลดความเหลื่อมล้ำโดยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2564: ออนไลน์)

การประเมินความพร้อมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชน คือความชัดเจนทางด้านนโยบายที่ต้องการให้การท่องเที่ยวสามารถลดความเหลื่อมล้ำในมิติของพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองสามารถสร้างสรรค์สินค้าท่องเที่ยว หรือสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ

ของกลุ่มเป้าหมายทั้งตลาดท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนอกประเทศ ดังนั้นความสำคัญเรื่องของการประเมินความพร้อมของเมืองรองและชุมชน เพื่อให้มั่นใจว่าความต้องการด้านการตลาดสามารถดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับความพร้อมด้านอุปทาน โดยการประเมินศักยภาพชุมชน ควรมีการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อคัดกรองชุมชนที่พร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง สำหรับการดำเนินงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะชุมชน โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวที่กระจายการเดินทางจากเมืองหลักเข้าสู่เมืองรองและชุมชน ภายใต้แนวคิด ABC ดังนี้

Additional คือ เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง

B. Brand New คือ เมืองรองศักยภาพ

C. Combined คือ เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง

2. ประเมินศักยภาพเมืองรอง โดยพิจารณาจำนวนผู้เยี่ยมชมเข้าพื้นที่ร่วมกับอัตราการเข้าพักแรม โดยสามารถแบ่งระดับจังหวัดเป็น 3 Tiers ดังนี้

Tier 1 จังหวัดที่มีความพร้อมสามารถเที่ยวได้และพักแรมได้

Tier 2 จังหวัดที่ควรส่งเสริมให้เที่ยวและพักแรม

Tier 3 จังหวัดที่ควรส่งเสริมให้เที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ

3. ประเมินศักยภาพชุมชน โดยทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อคัดกรองชุมชนที่มีศักยภาพพร้อมในการส่งเสริมให้ตลาดในประเทศและต่างประเทศ (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2562: ออนไลน์)

ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองของชุมชนและผู้ประกอบการ

ในปัจจุบันหลังจากเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 (Covid-19) ทั่วโลกทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างก้าวกระโดด และรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ ของผู้คน เช่น สถานการณ์จำนวนผู้สูงอายุที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นมากมาย หรือการหวั่นไหวสัตรว์ที่นำมาใช้ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ลดความนิยมลงอย่างมาก เช่น การนำสัตว์มาจัดแสดงโชว์ หรือการใช้แรงสัตว์เป็นพาหนะ (กรุงเทพธุรกิจ, 2565: ออนไลน์) ซึ่งสวนทางกับการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ธรรมชาติของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจากบริบทการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเมืองรองควรเตรียมรับมือกับสถานการณ์นี้ โดยอาศัยหลัก SMILE มาประยุกต์ใช้ อันประกอบด้วย (นครินทร์ วงกิจไพบูลย์ และ ภูมิศักดิ์ รักแต่งาม, 2565: ออนไลน์)

1. S - Safety ความปลอดภัย ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวมีมากมายให้นักท่องเที่ยวเลือก ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นว่าสามารถมาท่องเที่ยวได้โดยไม่ประสบกับเหตุร้ายต่าง ๆ ที่ไม่คาดฝัน จะต้องมีการควบคุมดูแลทั้งอาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือแม้กระทั่งการให้ความสำคัญกับเรื่องสุขอนามัย และอาหารที่ต้องสะอาดและไม่เป็นการแพร่เชื้อโรคต่าง ๆ รวมทั้งโรคโควิด 19

2. M - Manpower สร้างจุดแข็งทางด้านทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะและสามารถเพิ่มศักยภาพการทำงานในส่วนต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่เชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการเข้า

รับบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีความเป็นไทยอย่างยั่งยืน

3. I – Inclusive การท่องเที่ยวสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ ตลอดจนคนพิการ โดยการปรับสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย และผู้พิการ ให้สามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ และเหมาะสม สร้างความสุขและประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมสร้างโอกาสในการทำงานให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสให้มีความทำ เพื่อเป็นการลดภาระของชุมชนในการดูแลกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอีกทางหนึ่ง

4. L – Locality การนำเสนอเอกลักษณ์ท้องถิ่นเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีชุมชน ภาษา การดำเนินชีวิต การกินอยู่ รวมถึงธรรมชาติท้องถิ่น มาเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองรองต่าง ๆ ยังคงมีวิถีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ยังคงหลงเหลืออยู่มากกว่าเมืองหลักที่โดนกลืนทางสังคมด้วยความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมต่างชาติ และเทคโนโลยีทั้งหลาย โดยเฉพาะเมืองหลักเป็นการท่องเที่ยวที่ฉาบฉวย วุ่นวาย และแออัด ดังนั้นจังหวัดการท่องเที่ยวเมืองรองจึงต้องชูในเรื่องความสวยงาม เงียบสงบ ที่มีความแตกต่างจากเมืองหลักอย่างชัดเจน

5. E – Environmental สิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ชายทะเลต้องสะอาด ชายหาดขาวสวย น้ำทะเลใส ไร้ขยะ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นป่าเขาอุดมสมบูรณ์ มีอากาศบริสุทธิ์ไร้มลพิษ ป่าไม้มีความอุดมสมบูรณ์ให้บรรยากาศร่มรื่น ดังนั้นจังหวัดการท่องเที่ยวเมืองรอง และชุมชนท้องถิ่น รวมถึงประชาชนในท้องถิ่นต้องมีตระหนักปัญหาสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น สามารถจัดสรรทรัพยากรอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และร่วมกันอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทย และการท่องเที่ยวเมืองรอง

การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันจะพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยความร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ ภาครัฐจะต้องเปิดพื้นที่ให้ภาคเอกชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสามารถเสนอแนะทางนโยบาย และยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำ รวมถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางด้านการท่องเที่ยวด้วยการใช้หลัก 3D อันได้แก่

1. Data คือการร่วมมือกันในส่วนของคุณลักษณะนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ ทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งที่ยินยอม และสามารถมองหาลู่ทางของปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและการแก้ปัญหา รวมทั้งข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อสามารถข้อมูลมาเชื่อมโยงและบูรณาการร่วมกัน

2. Digital ต้องเร่งพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อรองรับกับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยเฉพาะภาครัฐควรลดกระบวนการทำงานด้วยเอกสารหรือกระดาษให้น้อยลง และมุ่งเน้นอาศัยการใช้ระบบดิจิทัล เพื่อให้เป็นมาตรฐานสากลและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งเมืองหลัก และเมืองรอง

3. Deregulate ต้องมีการทบทวน ยกเลิก ปรับปรุงแก้ไข กฎหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีความล้าหลัง ไม่ทันต่อยุคสมัยปัจจุบันที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งกฎหมายที่ล้าสมัยจะเป็นตัวฉุดรั้งในการเดินทางไปข้างหน้าของภาคเอกชน หรืออาจกล่าวได้ว่า กฎหมายมีหน้าที่สนับสนุนให้

ภาคเอกชนเดินหน้าไปได้อย่างมีระบบที่เหมาะสม (นครินทร์ วณิกพิบูลย์ และภูมิภักดิ์ รักแต่งาม, 2565: ออนไลน์)

บทสรุป (Conclusion)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก สามารถสร้างรายได้มหาศาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในเมืองหลัก ทำให้การกระจายรายได้ไม่ทั่วกระจายทั่วถึงไปทั่วทุกพื้นที่ รัฐบาลจึงได้มีนโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกระจายไปทุกพื้นที่ของประเทศ ไม่ใช่เป็นการกระจุกตัวของการท่องเที่ยวเพียงไม่กี่จังหวัดเหมือนในอดีต ทำให้ชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดเมืองรองมีความตื่นตัวในการพัฒนาแหล่งธรรมชาติในชุมชน เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และชาวต่างชาติ หากแต่การนำเสนอชุมชนท้องถิ่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่เสมอไปที่ทุกชุมชนจะประสบความสำเร็จ เพราะมีปัจจัยหลายอย่างที่แตกต่างกัน รวมทั้งงบประมาณจากภาครัฐ และความรู้ความเข้าใจ และความร่วมมือของคนทุกคนในชุมชน ดังนั้นการส่งเสริมให้เมืองรองประสบความสำเร็จทางการท่องเที่ยว จึงต้องอาศัยความร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่นที่จะร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นที่ยอมรับ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เพื่อเป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ที่คาดว่าจะได้รับ (Knowledge)

นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวสามารถแบ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. ระยะสั้น ควรมีการกระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวจากที่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดการท่องเที่ยวเมืองหลักลงไปสู่จังหวัดการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองแต่ละเมือง เพื่อออกแบบและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทั้งประชาชนผู้อยู่อาศัย ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลในการจัดสรรงบประมาณลงพื้นที่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการท่องเที่ยวเมืองรองว่าควรลงทุนพัฒนาในด้านใด อันจะนำไปสู่การจัดสรรงบประมาณที่ตรงกับปัญหาพื้นฐานของเมืองรองในและพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน

2. ระยะกลาง ควรมีจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยการศึกษาวิเคราะห์ และส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปสู่เมืองรอง เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ท่องเที่ยวแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยควรมุ่งเน้นการสร้างหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายความนิยมและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเพิ่มมากขึ้น

3. ระยะยาว ควรมีการพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้ที่สามารถเป็นผู้พำนักระยะยาวกลุ่มประชากรโลกที่มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางเข้าสู่เมืองรองมากขึ้น โดยควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยที่สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกได้เป็น 2 กลุ่ม

คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีอาการเจ็บป่วย แต่เลือกเดินทางไปจุดหมายปลายทางที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ ทำให้สุขภาพดีขึ้น (Wellness Tourism) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาการเจ็บป่วยติดตัวและมุ่งเน้นมาเพื่อการรับการรักษาควบคู่กับการท่องเที่ยว (Medical Tourism) ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีโอกาสมาใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย และหากขยายพื้นที่ลงไปสู่เมืองรองจะเป็นการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). ถึงเวลาเปลี่ยน เลิกเที่ยว “ซีซัง ดูโชว์ซัง” เป็นไปตามเทรนด์โลก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/judprakai/1043449>. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565.
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562/ธันวาคม/28). การท่องเที่ยวเมืองรอง : ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. *อินทนิลทักษิณสาร*. 14(2): 39-60.
- นครินทร์ วงกิจไพบูลย์ และภูมิศักดิ์ รักแตงาม. (2565). **เทรนด์ท่องเที่ยวไทย 2023 3 จุดเปลี่ยน 5 เทคนิคจับนักท่องเที่ยวหลัก**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://youtu.be/oap8MziGLKE>. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2565.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2562). **ทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี 2562**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tatreviewmagazion.com/article/tourism-thailand-2562/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2565.
- ศิริขวัญ วิเชียรเพลิศ. (2564). **ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักงบประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2564). **คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อสภาผู้แทนราษฎร**. รัฐบาลไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/42246>. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2565.