

การฟื้นฟูและพัฒนากองทุนเพื่อเมืองรองของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2: ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19

สุพรรณษา อ่ำทิม^{1*}

พงศ์สันต์ ศรีสมทรัพย์²

พฤทธิสรณ์ สุทธิไชยเมธี³

Received 8 September 2023

Revised 18 December 2023

Accepted 22 December 2023

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นและเป็นแหล่งรายได้และเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการลดลงของรายได้ในอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการอันเป็นผลพวงมาจากนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งการใช้มาตรการและนโยบายในการควบคุมและจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เข้มแข็งยังส่งกระทบเชิงลบอย่างมหาศาลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมหรือข้างเคียง ดังนั้นภายหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 รัฐบาลจึงได้ทำการศึกษาและทบทวนผลกระทบดังกล่าว เพื่อใช้มาตรการและนโยบายให้ความช่วยเหลือในมิติต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟื้นตัว พร้อมทั้งทำการเปิดประเทศและยกเลิกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดดังกล่าว ทำให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะดีขึ้นภายหลังการแพร่ระบาด

อย่างไรก็ตาม การกระจุกตัวของรายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะอยู่ในเมืองหลัก เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี และภูเก็ต เป็นต้น ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการแก้ไขและจัดการปัญหาดังกล่าว เพื่อกระจายรายได้ไปยังกลุ่มจังหวัดเมืองรอง เพื่อขยายโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำ และช่องว่างของรายได้ สร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวหลายฉบับ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคเหนือต่าง 2 ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร และจังหวัดอุทัยธานีที่มีศักยภาพและอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงการค้าการลงทุนและเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเมืองรอง ภาคเหนือตอนล่าง 2 ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 การฟื้นฟูและพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

^{1 2} คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

³ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล เลขที่ 999 ถนนพุทธมณฑล สาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

E-mail: ² pongsan.as@gmail.com ³ prueathsan.sut@gmail.com

* Corresponding author email: bumaumthim@gmail.com

REVITALIZATION AND DEVELOPMENT IN SECONDARY CITY TOURISM OF THE LOWER NORTHERN REGION PROVINCES 2: POST THE EPIDEMIC OF COVID-19

Suphansa Amthim^{1*}

Pongsan Srisomsab²

Pruethsan Sutthichaimethee³

Abstract

The tourism industry is a significant source of income and an important part of the country's economy. Since the outbreak of the COVID-19 pandemic, it has had a negative impact on the industry's revenue and business as both domestic and international tourism has declined significantly. In addition, the implementation of strict control and management measures to handle the spread of the virus has further impacted the tourism industry, especially businesses directly or indirectly related to tourism. Therefore, after the COVID-19 pandemic, the government has studied and reviewed the above-mentioned impacts to introduce measures and policies that provide assistance in various dimensions to help the tourism industry and businesses in various sectors to recover. These include the reopening of the country and the lifting of the above-mentioned control measures, which has led to an improvement in the tourism industry after the pandemic.

However, the tourism industry's revenue is concentrated in major cities such as Chiang Mai, Bangkok, Chonburi and Phuket. It is important for the government to address and manage the above issue to distribute revenue to secondary cities to expand opportunities, reduce income disparities and gaps, and create sustainable stability and prosperity. This will be achieved through the strategic planning of various tourism strategies, focusing mainly on the northern provinces such as Nakhon Sawan, Kamphaeng Phet, Phichit and Uthai Thani, which have unique potential and characteristics as tourist destinations. Moreover, their location enables trade, investment and business linkages with neighboring countries.

Keywords: Secondary City Tourism, The Lower Northern 2, Post The Epidemic of COVID-19, Revitalization and Development, The Tourism Industry

^{1 2} Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, 2086 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok, 10240

³ Faculty of Institute for Population and Social Research, Mahidol University, 999 Phutthamonthon Sai 4 Rd., Salaya, Nakhon Pathom, 73170

E-mail: ² pongsan.as@gmail.com ³ pruethsan.sut@gmail.com

* Corresponding author email: bumaumthim@gmail.com

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมายังประเทศไทย 35.38 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 1.83 ล้านล้านบาท และในปี 2561 จำนวน 38.27 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 2.01 ล้านล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ต่อมาในปี 2562 ประเทศไทยได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากหลายสถานการณ์ที่ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว เช่น สงครามการค้าจีนกับสหรัฐอเมริกา ความไม่แน่นอนของเบร็กซิต (Brexit ย่อมาจาก British กับ Exit ความหมาย Brexit คือ การถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร ซึ่งประกอบด้วย อังกฤษ ไอร์แลนด์เหนือ สกอตแลนด์ และเวลส์) การที่อังกฤษถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปส่งผลกระทบต่อค่าเงินปอนด์ และกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มาท่องเที่ยวเมืองไทยจะมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุด คือ 77,000 บาท ต่อทริป (วอยซ์ทีวี, 2559) ถึงแม้ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงนิยมมาท่องเที่ยวประเทศไทย 39.79 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.93 ล้านล้านบาท ทำให้ภาพรวมตลอดทั้งปี 2562 เศรษฐกิจ การท่องเที่ยวยังคงขยายตัวทั้งในด้านจำนวนและรายได้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลักดันให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30 ขณะที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

นอกจากนี้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน การมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ การพัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ และการปรับปรุงระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย อีกทั้ง ยังสนับสนุนให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่เมืองรอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศเดือนมกราคม 2563 ต้องกลับมาชะลอตัวลงอีกครั้ง เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ทำให้ประเทศไทยต้องตั้งศูนย์บริหาร

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) โดยใช้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่เข้มงวด โดยเฉพาะจังหวัดที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง และงดหรือชะลอการเดินทางระหว่างจังหวัด รวมถึงระบบขนส่งสาธารณะปรับลดจำนวนความถี่ในการให้บริการระหว่างจังหวัด เช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้ปิดให้บริการชั่วคราว ทำให้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.7 ล้านคน ลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 83 คิดเป็นรายได้ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 82 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ตลอดระยะเวลาการแพร่ระบาดที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินการเยียวยาประชาชนและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบทั้งในและนอกระบบด้วยนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เช่น มาตรการทางภาษี มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ โครงการเรารักกัน เป็นต้น เพื่อที่จะบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น (ชาญชัย คำจำปา และภักดี โพธิ์สิงห์, 2564) จนกระทั่งสถานการณ์คลี่คลาย และได้ประกาศเปิดประเทศอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 เพื่อฟื้นฟูความเป็นอยู่ของประชาชนให้ใกล้เคียงกับภาวะปกติ และเพื่อให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องควบคู่กับการบริหารจัดการด้านสาธารณสุขอย่างมีประสิทธิภาพ (ไทยโพสต์, 2566) ทำให้เศรษฐกิจไทยตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบันกลับมาฟื้นตัวและทยอยเข้าสู่ภาวะปกติ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวของประเทศที่ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติจำนวนมาก อีกทั้งประชาชนในประเทศก็ต้องการที่จะจับจ่ายใช้สอยจนเรียกว่า “ช้อปล้างแค้น” (Revenge Shopping) โดยรายได้จากนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือในปี 2565 นั้น มีรายได้อยู่ที่ 6,756.15 ล้านบาท โดยจังหวัดที่มีรายได้สูงสุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีรายได้อยู่ที่ 4,246.8 ล้านบาท รองลงมา คือ จังหวัดเชียงราย มีรายได้อยู่ที่ 1,585.4 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) จึงสรุปได้ว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมใหม่ และทุกภาคส่วนต้องปรับวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ (New Business Norms) และวิถีการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ (New Normal Tourism) โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ทั้ง 8 จังหวัดที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม และส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองท่องเที่ยวหลักสู่เมืองรองที่อยู่รายรอบอย่างทั่วถึง (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

สถานการณ์ข้างต้นทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องศึกษาแนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน บริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองรองในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้อย่างเหมาะสม ขยายโอกาสกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำและช่องว่างของรายได้ที่กระจุกตัวอยู่เฉพาะเมืองใหญ่ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่เมืองรองได้อย่างทั่วถึง และสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนให้แก่ประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาแนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงโควิด-19 และภายหลังโควิด-19 โดยเฉพาะสถานการณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 โดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอแนวทางทางการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยว จากแนวคิด ทฤษฎี และประเด็นปัญหาเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยใช้แหล่งข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำรา บทความ และข้อมูลเชิงประจักษ์ในอดีตจากเว็บไซต์หน่วยงานหรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือได้ โดยใช้ระยะเวลาในการรวบรวมและศึกษาทั้งสิ้น 3 เดือน ตั้งแต่ มิถุนายน ถึง กันยายน 2566

คำจำกัดความ

จัดการท่องเที่ยวเมืองรอง หมายถึง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดที่ไม่เป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจหรืออาจจะไม่รู้จักรู้จักแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมาก่อน เพื่อสร้างให้เกิดการกระจายรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดต่าง ๆ โดเมนของการพิจารณาเมืองรอง คือ เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 4,000,000 คนต่อปี โดยในประเทศไทยมีเมืองรองทั้งสิ้น 55 จังหวัด โดยสามารถดูรายละเอียดได้ดังตารางที่ 1

การฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมที่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงและเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นที่การฟื้นฟูทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่สำคัญ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมและตลาดสินค้าและบริการท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และการบูรณาการทางท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความมีเสน่ห์และความน่าสนใจในพื้นที่นั้น การฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่จะสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและความมั่นคงของทุกข์สุขของชุมชนที่เกี่ยวข้อง

ภาคเหนือตอนล่าง 2 หมายถึง หนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือที่ถูกแบ่งโดยมติคณะรัฐมนตรีตั้งแต่วันที่ 22 กรกฎาคม 2546 ที่ได้แบ่งจังหวัดในภาคเหนือ 17 จังหวัด ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาคเหนือตอนบน 1 และ 2 และภาคเหนือตอนล่าง 1 และ 2 ซึ่งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบไปด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร พิจิตร นครสวรรค์ และอุทัยธานี ซึ่ง 4 จังหวัดนี้มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าของประเทศไทย

หัตถอุตสาหกรรม หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรม ชุมชน และครัวเรือนในท้องถิ่นและชนบท อุตสาหกรรมหัตถกรรมเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพิจารณาแบ่งประเภทสินค้า หัตถอุตสาหกรรมตามลักษณะของการผลิตและวัตถุดิบ ได้แก่ ผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่และหวาย ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช เครื่องปั้นดินเผา เครื่องโลหะ เครื่องไม้ เครื่องหนัง อัญมณี และเครื่องจากเปลือกหอย ผลิตภัณฑ์จากเขาสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากกระดูกสัตว์ เครื่องแก้ว ผลิตภัณฑ์หินและผลิตภัณฑ์เรซิน เป็นต้น

เมืองอัจฉริยะ หมายถึง เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่ายและการใช้ทรัพยากรของเมือง

และประชากรเป้าหมาย โดยเน้นการออกแบบที่ดีและการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจและภาคประชาชนในการพัฒนาเมืองภายใต้แนวคิดการพัฒนาเมืองน่าอยู่ เมืองทันสมัย ให้ประชาชนในเมืองมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีความสุขอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564)

การจัดการท่องเที่ยวเมืองรอง

เมืองรอง (Less visited area) หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 4,000,000 คนต่อปี ซึ่งปัจจุบันเมืองท่องเที่ยวหลักมีจำนวน 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ นครราชสีมา กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา ระยอง สงขลา เพชรบุรี กระบี่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ขอนแก่น พังงา และสระบุรี โดยมีเมืองรองจำนวน 55 จังหวัด (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561) สามารถจำแนกตามภาคต่าง ๆ ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำแนกจังหวัดในกลุ่มเมืองรองตามภาคต่าง ๆ

เขตพื้นที่	จำนวน	จังหวัด
ภาคเหนือ	16 จังหวัด	กำแพงเพชร เชียงราย ตาก นครสวรรค์ น่าน พะเยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี
ภาคอีสาน	18 จังหวัด	กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครพนม บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรดิตถ์ และอุบลราชธานี
ภาคกลาง	7 จังหวัด	ชัยนาท ราชบุรี ลพบุรี สมุทรสงคราม สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง
ภาคตะวันออก	5 จังหวัด	จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว
ภาคใต้	9 จังหวัด	ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง ระนอง ยะลา และสตูล

ที่มา: กรุงเทพฯธุรกิจ (2561)

สำหรับเมืองรองได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาด้วยเหตุผลต้องการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ที่ถือว่าเป็นเศรษฐกิจฐานราก และยังมีผลดีทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องกระจุกตัวหนาแน่น แต่เฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลักเท่านั้น โดยประมาณการว่าการท่องเที่ยวเมืองรองจะทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างสังคมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงและมีแนวโน้มเป็นการท่องเที่ยว

แบบส่วนบุคคล (Individual) เพิ่มมากขึ้น แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกจึงถูกนำเสนอสู่ตลาดการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (Tailor-Made Approach) ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ภายในที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกัน (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562) ดังนั้นบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงต้องมีกระบวนการออกแบบภาพลักษณ์สำคัญเพื่อกำหนดเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว สำหรับการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวและกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง (Razali & Ismail, 2014) นอกจากนี้ วิธีการกำหนดตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม กิจกรรม ธุรกิจ และการลงทุนในสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป และสถานที่ที่ไม่เป็นที่นิยม ตัวอย่างเช่นผลงานวิจัยของ Mansilla and Milano (2022) ที่พบว่า การใช้นโยบายการจัดตำแหน่งเปลี่ยนรูปลักษณะสำหรับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว 2 แห่งในเมืองบาร์เซโลนา ซึ่งผู้อยู่อาศัยและโครงสร้างทางสังคมถูกนำมาใช้ในการพัฒนาจุดหมายปลายทางทั้งสองนี้ในลักษณะเดียวกันด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นขนาดเล็ก โดยมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่เป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยว โดยอาศัยการมีส่วนร่วมและใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยว (Kline et al, 2019)

แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ระบุว่าหนึ่งในภาคส่วนที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดและรวดเร็วที่สุด คือ “การท่องเที่ยว” โดยมีประชากรนับพันล้านคนทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวทุกปี และคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 ทุกปีจนถึงปี 2579 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างมาก และยังส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2566) การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยสำคัญหลายประการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ สำหรับการตัดสินใจได้ด้วยตนเองอย่างสะดวกและง่ายดาย ซึ่งแนวคิดในอดีตอย่าง 5As ของ Dickman (1996) ได้ถูกหยิบยกและกล่าวถึงในการวิจัยในปัจจุบันว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) 2) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenity) 4) ด้านกิจกรรมต่าง ๆ (Activity) และ 5) ที่พัก (Accommodation) (บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล, 2565)

ปพน บุษยมาลย์ และคณะ (2562) ได้อธิบายหลักการจัดการการท่องเที่ยวไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยว ควรยึดหลักการดังต่อไปนี้ 1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น 3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม 4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 5) ใช้การท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจของท้องถิ่น 6) การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น 7) หมั่นประชุม หรือปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน 8) การพัฒนาบุคลากร 9) จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และ 10) ประเมินผล

ตรวจสอบ และวิจัย จากหลักของการท่องเที่ยวและหลักการจัดการการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า มีความเกี่ยวพันกับทรัพยากรการท่องเที่ยว กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญในการท่องเที่ยว และถูกนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องถูกนำมาใช้อย่างชาญฉลาด ต้องทำการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยประเทศไทยใช้นโยบายในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวไทยปี 2565 ภายใต้แนวคิดอะเมซซิง นิวแซปเตอร์จะเปลี่ยนภาพใหม่จากเป้าหมายเชิงปริมาณสู่เป้าหมายเชิงคุณภาพให้ความสำคัญกับการเติบโตอย่างทั่วถึงและยั่งยืน บริหารจัดการสู่ความสมดุลมากยิ่งขึ้นในทุกมิติ และสร้างการท่องเที่ยวแบบไร้ข้อจำกัด (มติชนออนไลน์, 2565) นอกจากนี้ยังมีการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวสีเขียวภายใต้โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG) ที่สร้างความสะดวก สะอาด ปลอดภัย เป็นธรรม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับรายได้ต่อจีดีพีและผลกระทบทางสังคมควบคู่กันด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ออกมาตรการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลักดันโมเดลธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม และการสร้างความตระหนักรู้แก่ภาคธุรกิจถึงความสำคัญของการเป็นธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดพลิกฟื้นท่องเที่ยวไทย สู่มิติใหม่ เพื่อประเทศไทยที่ดีกว่าเดิม (ธนาคารกรุงเทพ, 2566)

บริบทของการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

ภาคเหนือมีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมประเพณีที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นที่มีการฟื้นฟู สืบสานและสร้างสรรค์พัฒนาสู่การผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีชื่อเสียงระดับสากล พื้นที่เกษตรของภาคเหนือมีขนาดเล็กเหมาะสมต่อการปรับระบบการผลิตเพื่อสร้างคุณค่าตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ ท่าเลที่ตั้งของภาคเหนือมีศักยภาพในการขยายการค้าการลงทุนและบริการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และสามารถขยายไปสู่จีนตอนใต้ และกลุ่มประเทศเอเชียใต้ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ (คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค (ก.บ.ภ.) กลุ่มภาคเหนือ, 2562) ยุทธศาสตร์การพัฒนาก่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างจะต้องสามารถสามารถมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืนและกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม (กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2563)

แนวทางการพัฒนาก่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างสามารถทำได้หลากหลายแนวทางตามอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ 1) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและกลุ่มชาติพันธุ์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน 2) กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก (ทางประวัติศาสตร์) ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย และกำแพงเพชร 3) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน น่าน เพชรบูรณ์ อุทัยธานี และ 4) กลุ่มท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ MICE ในจังหวัด

เชียงใหม่ ท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/กีฬาเพื่อการพักผ่อน/เชิงสุขภาพและการพานักกระยะยาว (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2, 2562)

ซึ่งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย 4 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ กำแพงเพชร พิจิตร นครสวรรค์ และอุทัยธานี สามารถจัดแบ่งตามอัตลักษณ์ของเมืองได้ ดังนี้

1. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร
2. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ได้แก่ จังหวัดอุทัยธานี นครสวรรค์ และกำแพงเพชร
3. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น เทศกาลตรุษจีนที่จังหวัดนครสวรรค์ และเทศกาลแข่งเรือยาวประเพณีจังหวัดพิจิตร

สำหรับการศึกษานโยบายสำคัญที่จะสนับสนุนการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 นั้น บทความนี้ได้รวบรวมเอกสารจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (พ.ศ. 2561 -2565) ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563, แผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ.2561 - 2564, แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 -2564 ของกรมการท่องเที่ยว, แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2563-2564) และแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561 - 2565 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ดังนี้

1. จังหวัดนครสวรรค์ มีประเด็นการพัฒนาของจังหวัด ได้แก่ สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยแนวทางการพัฒนาเมืองสวรรค์ พัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์และสร้างสังคมพอเพียง บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยตัวอย่างตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัด เช่น อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ดัชนีความก้าวหน้าของคน (HAI) ความอุดมสมบูรณ์/คุณภาพสิ่งแวดล้อม ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

2. จังหวัดกำแพงเพชร มีประเด็นการพัฒนาของจังหวัด ได้แก่ พัฒนาระบบการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมการผลิตพืชพลังงานทดแทนอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานการเกษตร และฐานชุมชนที่เข้มแข็ง การเสริมสร้างสังคมคุณภาพสันติสุขอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการสู่สากล โดยตัวอย่างตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัด เช่น ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตร จำนวนแปลงที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรปลอดภัย (GAP) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ SMEs OTOP วิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

3. จังหวัดพิจิตร มีประเด็นการพัฒนาของจังหวัด ได้แก่ การบริหารจัดการน้ำ ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล การพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานการเกษตรและฐานชุมชนที่เข้มแข็ง การเสริมสร้างสังคมคุณภาพสันติสุขอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการสู่สากล โดยตัวอย่างตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัด เช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมเฉลี่ยของจังหวัดในภาคการเกษตรเติบโต รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

4. จังหวัดอุทัยธานี มีประเด็นการพัฒนาของจังหวัด ได้แก่ สร้างคุณค่าด้านการท่องเที่ยวควบคู่วิถีชีวิตเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดสู่สากล ยกย่องสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปให้มีคุณภาพและปลอดภัย มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ยกย่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างความมั่นคงภายใน และความสงบเรียบร้อย และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและเป็นระบบพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยตัวอย่างตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัด เช่น อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) การเพิ่มขึ้นของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและบริการด้านการท่องเที่ยว อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าผลผลิตเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

โดยสามารถนำมาการวิเคราะห์ SWOT สภาวะแวดล้อมกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้ดังในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- มีความพร้อมต่อการพัฒนาเชื่อมโยงด้านการค้าและบริการกับนานาชาติ - สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมีความหลากหลาย โดยเฉพาะข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว บรรจุภัณฑ์ชีวภาพ ตลอดจนอุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพ - เป็นฐานการผลิตหัตถอุตสาหกรรม เชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ฐานความรู้ด้านเทคโนโลยี ศิลปวัฒนธรรม และการออกแบบร่วมสมัย เพื่อตอบสนองต่อกระแสความต้องการของตลาด - เป็นฐานทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและการจัดกลุ่มการท่องเที่ยว (Cluster) อาทิ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ เป็นต้น - สภาพภูมิเศรษฐกิจสังคมเอื้อต่อการพัฒนาภาคธุรกิจบริการจากความพร้อมด้านบริการพื้นฐานของเมือง โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจบริการ สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม	- ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงและประสบปัญหาหมอกควันมีการบุกรุกและตัดไม้ทำลายป่าเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูกอย่างต่อเนื่อง - การขยายตัวของพื้นที่เมืองชุมชนและอุตสาหกรรมที่ขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเมือง การบดบังทัศนียภาพหรือรुक้าโบราณสถานที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ - ภาคเหนือมีข้อจำกัดด้านแรงงานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้สัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลง รวมถึง ขาดความรู้และทักษะ - การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประชากรผู้สูงอายุภาคเหนือมีสัดส่วนสูงชันเป็นผลให้ภาระพึ่งพิงสูงขึ้น การเตรียมความพร้อมของรัฐเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุยังมีน้อย ปัจจุบันจะมีความตื่นตัวและเข้ามามีบทบาทในการจัดสวัสดิการและการดูแลผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 (ต่อ)

โอกาส	ภัยคุกคาม
- การเชื่อมโยงโครงข่ายเส้นทางคมนาคมส่งผลให้เกิดโอกาสในการขยายตลาดการค้า การท่องเที่ยวและบริการ - นโยบายภาครัฐในการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ช่วยส่งเสริมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน - ยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart city) ส่งผลให้เป็นฐานการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ - ได้ประโยชน์จากการใช้ข้อตกลงการผลิตสินค้าเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้านในการผลิตวัตถุดิบ การเกษตรบริเวณชายแดนและนำเข้ามาแปรรูปในประเทศ - ตลาดการท่องเที่ยวขยายตัวจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศ GMS ซึ่งมีความโดดเด่นและคล้ายคลึงกัน สามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกัน และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและนานาชาติ	- การเปิดเสรีทางการค้าและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อโอกาสการขยายการค้าการลงทุน แต่ก่อให้เกิดความเสี่ยงหลายด้าน โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรในภาคให้เกิดการตื่นตัว สามารถแข่งขันได้ในตลาดสากล - การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลต่อการผลิตภาคเกษตร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดปัญหาต่อการเกษตร โดยทำให้ปริมาณผลผลิตทางการเกษตรลดลง ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นคงด้านอาหาร และรายได้ของเกษตรกร - ภัยธรรมชาติมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ภาคเหนือประสบปัญหาอุทกภัย ภัยแล้ง การพังทลายของดิน หมอกควันและฝุ่นละอองขนาดเล็ก และแผ่นดินไหวเป็นประจำและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น สาเหตุมาจากปัจจัยภายในที่มีการรุกล้ำพื้นที่ป่าซึ่งเป็นพื้นที่ลาดชันเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูกและการเผาป่า รวมถึงสภาพอากาศที่มีความแปรปรวน ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชน

การฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยตั้งแต่ปลายปี 2562 ต่อเนื่องถึงเดือนเมษายน 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ปรับเป้าหมายการทำงานใหม่ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอันเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ด้วยการวางแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยปี 2564-2565 โดยมีเป้าหมายให้มีรายได้ทางการท่องเที่ยวรวม 1.2 ล้านล้านบาท และเพิ่มขึ้น 2.5 ล้านล้านบาท ในปี 2565 ซึ่งประมาณการในปี 2564 ระบุว่า ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะกลับเข้ามาในช่วงไตรมาสที่ 3 ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้มอบหมายให้สำนักงาน ททท. 29 แห่งทั่วโลก ทำตลาดเชิงรุก โดยจะเริ่มขายแพ็คเกจ

ท่องเที่ยวแบบ Hard sell กับชาวต่างประเทศเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาในไตรมาสที่ 3 ซึ่งตลอดทั้งปีจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 10 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศ 500,000 ล้านบาท โดยคาดว่านักท่องเที่ยวจากตลาดระยะไกล (Long Haul) ทั้งยุโรปและอเมริกา จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในระยะแรก ส่วนตลาดระยะใกล้ (Short Haul) อย่างอาเซียนและเอเชียตะวันออก จะตามมาในระยะต่อไป โดยมีปัจจัยสำคัญ 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ความรู้สึกมั่นใจ (Sentiment) ของคนไทยในฐานะเจ้าบ้าน 2) สถานการณ์การเข้าถึงวัคซีนทั้งในไทยและต่างประเทศ 3) การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง (Ease of Travelling) 4) นโยบายการอนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศของประเทศต้นทาง และ 5) มาตรการด้านสาธารณสุขในการรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้าไทย ภายใต้เงื่อนไขการรับวัคซีนครบทั้ง 2 ระยะ ไม่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการกักตัว 14 วัน (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

จากแนวนโยบายการท่องเที่ยวดังกล่าว รัฐบาลได้ดำเนินการสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญ 2560 หมวด 6 แนวนโยบายแห่งรัฐ มาตรา 65 ที่รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล โดยมีการกำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องทำตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือตามคติพจน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยยุทธศาสตร์ชาติมีระยะเวลาบังคับ ตั้งแต่ปี 2560-2579 นานถึง 20 ปี (ศักดิ์ชาย เพ็ชรศรีทอง และคณะ, 2564) ซึ่งในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กำหนดเป้าหมายประเทศไทยด้วยการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลกหรือเป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เชื่อมโยงไปสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือ พ.ศ.2560 - 2564 ที่เกี่ยวข้องกับแนวนโยบายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด 3.73 ล้านคน และลดลงในอัตราสูงสุดร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากยุโรปจำนวน 2.07 ล้านคน ลดลงร้อยละ 14.97 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ มีจำนวนรวม 0.88 ล้านคน ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 38.03 สืบเนื่องจากมาตรการห้ามการเดินทางเข้า-ออกประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นศูนย์กลางการระบาด และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสูงสุดที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย สำหรับกรณี “ไทยเที่ยวไทย” จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศลดลงร้อยละ 30.77 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มูลค่าการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในไตรมาส 1 ของปี 2563 ลดลงร้อยละ 31.53 เช่นกัน โดยกรุงเทพมหานคร ยังคงเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามมาด้วยภาคเหนือ และภาคตะวันตกตามลำดับ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การลดลงของนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ดังกล่าวเป็นผลพวงมาจากความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาด การใช้มาตรการควบคุมการระบาดที่เข้มงวดขึ้น

ภายหลังการประกาศบังคับใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ พ.ศ.2548 (พรก.ฉุกเฉิน) ทั้งการประกาศเคอร์ฟิว หรือห้ามบุคคลออกนอกเคสสถานทั่วประเทศช่วงเวลา 22.00-04.00 น. การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็น การห้ามการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และการยกเลิกวันหยุดและกิจกรรม (ไตรเทพ วิชัยโกวิทเทน และมารุต สุขสมจิตร, 2564)

สำหรับนโยบายและมาตรการที่หลายประเทศนำมาใช้เพื่อช่วยฟื้นฟูการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศมีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นมาตรการด้านการเงินและการคลัง โดยมาตรการการคลังถูกนำมาใช้กันมากในประเทศแถบแอฟริกา เอเชีย และแปซิฟิก และตะวันออกกลาง นอกจากนั้น ยังรวมถึงการนำมาตรการด้านการตลาดมาช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการพร้อมกับมาตรการอื่น ๆ เช่น การรักษาความปลอดภัยและสุขอนามัย การจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Contingency Fund) สนับสนุนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มาตรการเลื่อนการเดินทางแทนการยกเลิก มาตรการทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่การท่องเที่ยวในประเทศ การแจกบัตรกำนัล (Voucher) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ส่วนในประเทศไทยนั้นมีนโยบายเพื่อการกระตุ้นการท่องเที่ยวหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดด้วยการกำหนดแนวนโยบายเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวประมาณ 60,000 ราย และผู้จ้างงานกว่า 4 ล้านคนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐส่งผลดีต่อผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจาก มาตรการดังกล่าวมีการออกแบบที่จะช่วยเหลือให้ครอบคลุมผู้ประกอบการในห่วงโซ่ของภาคการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจท้องถิ่นอย่างร้านขายของที่ระลึก หรือร้านอาหาร เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

นอกจากนี้แล้วรัฐบาลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดโครงการบริหารความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) โดยมีสถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการ SHA จำนวน 3,808 ราย และผ่านการประเมินหรือ Checklist จำนวน 1,731 ราย ซึ่งตราสัญลักษณ์ SHA มีอายุ 2 ปี โดยแนวทางการร่วมมือหลักกับ กสทช. จะมุ่งเน้นการขยายผลในการประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการ SHA ร่วมกับผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่ายในการส่งข้อความสั้น (SMS Broadcasting) และ Travel Sim Card ณ ท่าอากาศยานนานาชาติของประเทศไทยทุกแห่ง ส่งตรงไปยังประชาชนและนักท่องเที่ยว เพื่อสื่อสาร สร้างการรับรู้ ประชาสัมพันธ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยความมั่นใจในมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) พร้อมกันนี้ รัฐบาลโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้จัดพิธีมอบมาตรฐาน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยประจำปี 2563 หรือ CBT Thailand Standard 2020 ตามเป้าหมาย มุ่งยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นไปตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) แก่ 19 ชุมชน ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เตรียมผลักดันให้ชุมชน เหล่านี้เป็นหนึ่งในโปรแกรมท่องเที่ยวของโครงการกำลังใจที่จะมอบสิทธิให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) จำนวน 1.2 ล้านคนท่องเที่ยวฟรี รวมถึงการขยายโครงการมาตรการเที่ยวปันสุข โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เปิดให้ประชาชนลงทะเบียนเข้าร่วม โครงการเราเที่ยวด้วยกัน วงเงิน 2 หมื่นล้านบาท ที่เว็บไซต์ www.เราเที่ยวด้วยกัน.com โดยจะมีการเปิดให้ จองห้องพักวันแรกตั้งแต่ 18 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นไป (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

การประเมินสถานการณ์ทิศทางตลาดการท่องเที่ยวไทย เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวของตลาด การท่องเที่ยวภายหลังการแพร่ของโควิด-19 และการวางแผนธุรกิจและการปรับตัวรองรับกับกรณีต่าง ๆ มีดังนี้

1) การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ในประเทศไทยสามารถควบคุมได้ระยะเวลาอันสั้น 1-2 เดือนในต้นปี 2564 และไม่มีภาระระบาดระลอกใหม่และการใช้วัคซีนเป็นไปตามแผนที่รัฐบาลกำหนดจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในประเทศ การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยน่าจะมีจำนวน 120 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 39 จากปี 2563 โดยการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจะสามารถกลับมาฟื้นตัวได้ ในช่วงปลายไตรมาส 1 ของปีนี้ และน่าจะฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศน่าจะมีมูลค่าประมาณ 6.6 แสนล้านบาท และการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศทั้งปี 2564 นี้ จะมีจำนวน 90 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 จากปี 2563 ขณะที่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศน่าจะมีมูลค่าประมาณ 5.0 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

2) รายได้รวมจากการท่องเที่ยวหลังการเปิดประเทศตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 มีการเดินทางเที่ยวในประเทศอยู่ที่ราว 90 ล้านคน/ครั้ง สร้างรายได้ราว 360,000 ล้านบาท ส่วนปี 2565 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) วางเป้าหมายการสร้างรายได้ของภาคการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1,500,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10,000,000 คน และตลาดไทยเที่ยวไทยเดินทาง 120,000,000 คน/ครั้ง โดยจะเน้นกระตุ้นไทยเที่ยวไทยเข้ามาทดแทนเพิ่มขึ้นหากเกิดการระบาดที่ส่งผลกระทบต่อตลาดต่างประเทศ เพื่อพยายามสร้างรายได้การท่องเที่ยวในภาพรวมของปีหน้าให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

3) การจัดการปัญหาการกระจายรายได้ไม่เป็นไปตามนโยบายท่องเที่ยวเมืองรองของรัฐบาล โดยรายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราการเพิ่มกระจุกตัวในบางจังหวัดที่มีรายได้สูง 11 จังหวัดแรกรวมกันเป็นจำนวนถึงร้อยละ 50.42 ขณะที่ 3 จังหวัดอันดับสุดท้าย พิจิตร มหาสารคาม ร้อยเอ็ด อัตราการเพิ่มขึ้นจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ถึงร้อยละ 2 โดยจังหวัดบุรีรัมย์ มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 64.49 ในขณะที่ส่วนใหญ่จำนวน 42 จังหวัด หรือร้อยละ 76.36 ของจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง มีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ในแต่ละจังหวัดไม่ถึงร้อยละ 10 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายในภาพรวม (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

โดยภาคเหนือตอนล่าง 2 มีแนวนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามกรอบพัฒนาประเทศระยะยาว เพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง การท่องเที่ยวทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทย และภูมิภาคไปพร้อมกัน ซึ่งนับเป็นมูลค่ามากมายที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้น้ำท่องเที่ยว เน้นพัฒนาระดับท้องถิ่น โดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง พร้อมกับกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรองด้วยประสบการณ์สัมผัสวิถีเหนืออย่างแท้จริง (TAT Review Magazine, 2562) โดยแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนล่าง 2 มีรูปแบบการท่องเที่ยวดังนี้

1. จังหวัดกำแพงเพชร เป็นการท่องเที่ยวมรดกโลกทางประวัติศาสตร์ที่มีจุดเด่นด้านความเป็นเอกลักษณ์ด้านศิลปกรรมที่มีความงดงาม แสดงให้เห็นถึงผลงานสร้างสรรค์ทางด้านสถาปัตยกรรม ที่เป็นต้นแบบที่มีอิทธิพลต่อศิลปกรรมไทยสกุลช่างในระบอบต่อมา ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ และพระพุทธรูปปางลีลา เป็นสิ่งยืนยันถึงความสำเร็จของศิลปกรรมในยุคแรกนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ได้รับเกียรติให้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลกจากยูเนสโกภายใต้ชื่อว่า เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร

2. จังหวัดอุทัยธานี เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง โดยจังหวัดอุทัยธานีที่มีลักษณะภูมิประเทศที่ภูเขาสูง บนภูสูงอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี มีทะเลหมอกปกคลุมสวยงาม มีถ้ำที่สวยงามหลายแห่ง ภูมิประเทศส่วนใหญ่ยังอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้นานาพรรณ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร น้ำตก น้ำพุร้อน จุดกำเนิดแม่น้ำปิง วัง ยม น่าน สะแกกรัง และป่าสัก มีเทศกาลดอกไม้สีสันสดใส ล้วนเป็นมีสถานที่ท่องเที่ยวงดงามขึ้นชื่อ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

3. จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป้าหมายเฉพาะที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวไทยเชื้อสายจีนและนักท่องเที่ยวทั่วไปนิยมมาท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการเชิงลึก (Insight) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนและตรงประเด็น MICE เหมาะสำหรับการประชุมขององค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดการประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/ กีฬาเพื่อการพักผ่อน/ เชิงสุขภาพ และการพำนักระยะยาว

4. จังหวัดพิจิตร เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ เป็นเมืองเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ มีวัดท่าหลวง พระอารามหลวง เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อบุญ และประเพณีแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียม ประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน

ดังนั้น ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการฟื้นตัวกลับมามีรายได้ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมสูงขึ้น ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวจะต้องมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้ฟื้นฟูและพัฒนาศักยภาพและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการส่งเสริมจากนโยบายภาครัฐ นอกจากนี้ การกระจายรายได้ไปยังกลุ่มเมืองรองช่วยลดความแออัดและการกระจุกตัวของรายได้ทำให้ทุกจังหวัดมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

สรุป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญสำหรับประเทศไทยมาอย่างยาวนานด้วยการเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงที่สุด และเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เศรษฐกิจหดตัวอย่างมีนัยสำคัญจากการที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติไม่สามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างปกติ จากนโยบายภาครัฐของประเทศที่จำกัดการเดินทางและการทำกิจกรรม รวมถึงการปิดกั้นการเดินทางระหว่างประเทศเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่รุนแรงขึ้น ถึงแม้ว่ามาตรการและนโยบายต่าง ๆ จะช่วยให้ประชาชนในประเทศมีความมั่นคงและปลอดภัยจากการแพร่ระบาด แต่กลับส่งกระทบเชิงลบอย่างมหาศาลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมหรือข้างเคียงที่จะต้องแบกรับภาระทางการเงินและหนี้สิน ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายล้มหายตายจากจำนวนมาก ดังนั้น ภายหลังจากการแพร่ระบาดโควิด-19 รัฐบาลจึงได้ทำการศึกษาและทบทวนผลกระทบดังกล่าว เพื่อใช้มาตรการและนโยบายให้ความช่วยเหลือในมิติต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฟื้นตัว ด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ และส่งเสริมการตลาดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ พร้อมทั้งทำการเปิดประเทศและยกเลิกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้าประเทศจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากจนเกิดเป็นการช้อปล้างแค้น (Revenge Shopping) จากผลพวงดังกล่าว ทำให้ประเทศไทยมีการฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะดีขึ้นภายหลังจากการแพร่ระบาด แต่ปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ การกระจุกตัวของรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะอยู่ในเมืองหลัก เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี และภูเก็ต เป็นต้น จึงทำให้ภาครัฐเร่งให้ถึงความสำคัญในการกระจายรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปยังกลุ่มจังหวัดเมืองรอง เพื่อขยายโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำและช่องว่างของรายได้ สร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวหลายฉบับ โดยหนึ่งในจังหวัดเมืองรองที่น่าสนใจ คือ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือต่าง 2 ที่มีศักยภาพและอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงการค้าการลงทุนและเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561 - 2565 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563) ได้กำหนดแผนการพัฒนาในแต่ละจังหวัดของภาคเหนือต่าง 2 ดังนี้

1. จังหวัดนครสวรรค์ควรส่งเสริมให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์และสร้างสังคมพอเพียง บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
2. จังหวัดกำแพงเพชรควรส่งเสริมให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวมรดกโลกทางประวัติศาสตร์ โดยการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมการผลิตพืชพลังงานทดแทนอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานการเกษตร และฐานชุมชนที่เข้มแข็ง
3. จังหวัดพิจิตรควรส่งเสริมให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการบริหารจัดการน้ำ ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล การพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานการเกษตรและฐานชุมชนที่เข้มแข็ง การเสริมสร้างสังคมคุณภาพสันติสุขอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการสู่สากล
4. จังหวัดอุทัยธานีควรส่งเสริมให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการคุณค่าด้านการท่องเที่ยวควบคู่วิถีชีวิตเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดสู่สากล ยกย่องสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปให้มีคุณภาพและปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ยกย่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างความมั่นคงภายในและความสงบเรียบร้อย และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและเป็นระบบพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2561). แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการท่องเที่ยว.

<https://www.dot.go.th/กลุ่มแผน/5V7jtvCF7hvNiXPu7MOdT7giHiF1ZbRokN8nBVx.pdf>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จับมือ กสทช. สร้างความเชื่อมั่น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. <https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=12744>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิติของจังหวัดที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุดในแต่ละภาคปี

2565. https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_026?hl=th

กรุงเทพธุรกิจ. (2561). นโยบายสำหรับเมืองท่องเที่ยวรอง.

<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/119182>

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). จ่อผูกฟอส 2 'เราเที่ยวด้วยกัน' กระตุ้นท่องเที่ยวเมืองรอง.

<https://www.bangkokbiznews.com/business/889684>

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). 'ททท.' เชื้อมั่นแผนรัฐคุมโควิด เดินหน้าโรดแมพเปิดประเทศ.

<https://www.bangkokbiznews.com/business/932028>

กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2. (2562). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒

(เชิงราย พะเยา แพร่ น่าน) พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕. <http://osmnorth-n2.moi.go.th/demo/wp-content/uploads/2020/04/แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน-2-ระยะ-5-ปี.pdf>

- กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2563). *แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๖๕ ฉบับ*
ทบทวน. http://www.plan.cmru.ac.th/file_update/new_plan/budget2565/PlanNorth63.pdf
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อ
การท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563. *Tourism Economic*
Review, 1(4), 1-65.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนมกราคม 2564*.
https://www.mots.go.th/download/article/article_20210311160158.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี*
ศักยภาพในการใช้จ่าย. <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t26323.pdf>
- คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค (ก.บ.ภ.) กลุ่มภาคเหนือ. (2562). *รายงานสรุปผลการประชุม*
ปรึกษาหารือรับฟังความคิดเห็น (ร่าง) แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ๑ (พ.ศ.๒๕๖๖-
๒๕๗๐). [http://www.osmnorth-s1.moi.go.th/storage/events/รายงานสรุปผลการประชุม](http://www.osmnorth-s1.moi.go.th/storage/events/รายงานสรุปผลการประชุมปรึกษาหารือรับฟังค.pdf)
[ปรึกษาหารือรับฟังค.pdf](http://www.osmnorth-s1.moi.go.th/storage/events/รายงานสรุปผลการประชุมปรึกษาหารือรับฟังค.pdf)
- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562). การท่องเที่ยวเมืองรอง : ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี.
อินทนิลทักษิณสาร, 14(2), 39-60.
- ชาญชัย คำจำปา และภักดี โพธิ์สิงห์. (2564). นโยบายทางเศรษฐกิจกับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในยุคโควิด-
19. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(3), 99-116.
- ไทรเทพ วิชัยโกวิทเทน และมารุต สุขสมจิตร. (2564). การท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่งวิถีใหม่ ภายหลังการ
ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. *วารสารธรรมศาสตร์*, 40(3), 161-190.
- ไทยโพสต์. (2566). *ราชกิจจาฯ ประกาศคำสั่ง 'ศบค.' เปิดประเทศเต็มรูปแบบ 1 พ.ค.65*.
<https://www.thaipost.net/hi-light/133171/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). *ททท.ส่งสัญญาณพร้อมทำการตลาด ดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทย 10 ล้านคน*.
<https://www.thairath.co.th/news/local/2019276>
- ธนาคารกรุงเทพ. (2566). *BCG Model สู่ BCG Tourism แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทย ส่วนผสมความ*
ยั่งยืน. <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-2up-bcg-model-to-bcg-tourism>
- บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล. (2565). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย
ทางเพศในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 17(2), 89-108.
- ปพน บุษยมาลย์, ศรีรินทร์ญา จังจรัส, สุวิมล แซ่ก่อง, อีสัยส มะแก้ง, มะพาริ กะมุณี, สุวิมล อิศระธนาชัยกุล, และมบดี
อุเต็น. (2562). การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม
: กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายด้านการ*
จัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4 (น.71-72). คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *สตง.พบ “นโยบายเที่ยวเมืองรอง รบ.ประยุทธ์ 1” งบกว่า 1.1 พันล. กระจุกตัวแค่บาง*
จังหวัด เฉพาะ 3 จังหวัดท้าย นทท.แค่ 2%. <https://mgronline.com/politics/detail/9630000067071>

- มติชนออนไลน์. (2565). 'พิพัฒน์' วางนโยบายเดินหน้าท่องเที่ยวไทยปี'65 เต็มโตทั่วถึง-สมดุล-ยั่งยืน ย้ำปันรายได้ 1.2 ลลพ. https://www.matichon.co.th/economy/news_3166366
- วอยซ์ทีวี. (2559). จาก Brexit สู่ผลกระทบภาคท่องเที่ยว. <https://www.voicetv.co.th/read/383229>
- ศักดิ์ชาย เพ็ชรศรีทอง, อุดมศักดิ์ เดโชชัย, จิตติมา ดำรงวัฒนะ และเดโช แชน้ำแก้ว. (2564). แนวทางส่งเสริมอาชีพแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบของเกษตรกรรายย่อยบ้านหน้าเขา อำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 5(1), 33-46.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). ทิศทางตลาดไทยเที่ยวไทยปี 2564 การฟื้นตัว...คงต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการควบคุมโรคโควิด-19 (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3180). <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Thai-Travel-z3180.aspx>
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2566). มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. <https://www.masci.or.th/iso-21401-strengthens-tourism-industry-management/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานประจำปี 2562 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. <https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2562compressed.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานประจำปี 2563 การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). รายงานประจำปี 2561 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). การส่งเสริมเมืองอัจฉริยะ. <https://www.depa.or.th/th/smart-city-plan/smart-city-office>
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An introductory text*. Hodder Education.
- Kline, C., McGehee, N., & Delconte, J. (2019). Built capital as a catalyst for community-based tourism. *Journal of Travel Research*, 58(6), 899-915.
- Mansilla, J. A., & Milano, C. (2022). Becoming centre: Tourism placemaking and space production in two neighborhoods in Barcelona. *Tourism geographies*, 24(4-5), 599-620.
- Razali, M. K., & Ismail, H. N. (2014). Tourism Place-Making at Tourism Destination from a Concept of Governance. *International Journal of Ecology and Development*, 30(3), 88-97.
- TAT Review Magazine. (2562). ทิศทางท่องเที่ยวไทยในปี 2562. <https://tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand-2562/>