



pbo  
Parliamentary Budget Office  
สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา

ข้อเสนอแนะทางการส่งเสริมท่องเที่ยว

# เมืองรอง

เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว





ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



ชื่อเรื่อง	ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว	
ฉบับที่	12/2564	
จัดพิมพ์ครั้งที่	1/2564	
จำนวนหน้า	36 หน้า	
จำนวนพิมพ์	100 เล่ม	
จัดทำโดย	สำนักงานประมาณของรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300	
ที่ปรึกษา	นางพรพิศ เพชรเจริญ	เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
	นายศิโรจน์ แพทย์พันธุ์	รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
	นายนพรัตน์ ทวี	ผู้อำนวยการสำนักงานประมาณของรัฐสภา
ผู้จัดทำ	นางสาวศิริขวัญ วิเชียรเพลิต นักวิเคราะห์งบประมาณชำนาญการ	
พิมพ์ที่	สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 02-242-5900 ต่อ 5421	



รายงานวิชาการ  
เรื่อง ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



แบบประเมินความพึงพอใจเอกสารวิชาการ  
ของสำนักงานประมาณของรัฐสภา (PBO)  
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร



## คำนำ

รายงานเล่มนี้เป็นความพยายามที่จะหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่าเมื่อรัฐบาลมีนโยบายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรอง แล้วลักษณะการจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวลงสู่พื้นที่เมืองรองเป็นอย่างไร

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลงบประมาณและรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นเวลา 5 ปี รวมทั้งศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ร่วมกันกับการทำ Data Analytics โดยใช้เทคนิค Data Driven Decision Making มาใช้เป็นหลักในการช่วยตัดสินใจทิศทางหรือวิเคราะห์แนวโน้มของการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้มีการดำเนินการสอดคล้องกับแผนระดับชาติ สถานการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงนโยบายการส่งเสริม “ท่องเที่ยวเมืองรอง” ของรัฐบาลในการกระจายการท่องเที่ยวในมิติพื้นที่และรายได้สู่ชุมชนมากยิ่งขึ้น

ผู้ศึกษามุ่งหวังว่ารายงานการวิเคราะห์เล่มนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณางบประมาณรายจ่ายด้านการท่องเที่ยว และประชาชนที่สนใจโดยทั่วไป

ศิริขวัญ วิเชียรเพลิส

มิถุนายน 2564



## บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้และการกระจายรายได้ของประเทศ เนื่องจากองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านท่องเที่ยว คือ ค่าตอบแทนแรงงาน ซึ่งเป็นรายการที่ใช้จ่ายออกไปในรูปของเงินเดือนและค่าจ้างให้กับพนักงานและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนหนึ่งจะเป็นค่าจ้างที่จ่ายให้กับแรงงานในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยในปี 2560 ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวของไทยมีมูลค่ารวม 2.73 ล้านล้านบาท เป็นสัดส่วน 17.65% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) มีค่าตอบแทนแรงงานอยู่จำนวน 492,949 ล้านบาท ได้ก่อให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวม 4,318,297 คน คิดเป็น 11.53% ของการจ้างงานรวมของประเทศ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก แต่ทว่ารายได้เหล่านี้ยังลงไปไม่ถึงประชาชนเท่าที่ควร

เนื่องจากในช่วงปี 2560 – 2563 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต จังหวัดชลบุรี จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกระบี่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้สูงสุดอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 30% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ขณะที่เมืองรองมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและเป็นการเพิ่มขึ้นเกือบทุกจังหวัด โดยในช่วงปี 2560 - 2562 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง อยู่ที่ 90 : 10 เพิ่มขึ้นเป็น 84 : 16 ในปี 2563 ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่อำนาจรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้นที่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก แต่ยังรวมไปถึงงบประมาณจากภาครัฐที่จัดสรรลงพื้นที่เมืองหลักด้วย

โดยงบประมาณที่จัดสรรลงพื้นที่ (Area) เมืองหลักและเมืองรอง ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก ส่วนเมืองรองมีงบประมาณลงพื้นที่ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองในปีงบประมาณ 2560 อยู่ที่ 61 : 39 เพิ่มขึ้นเป็น 59 : 41 ในปีงบประมาณ 2564

เมื่อจำแนกสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่เป็นรายจังหวัด พบว่า สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่กระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัด และกระจุกตัวอยู่เพียง 6 อันดับแรกที่ได้รับงบประมาณสูงสุดในแต่ละปี โดยเมื่อนำสัดส่วนงบประมาณจังหวัดที่ลงพื้นที่สูงสุด 6 อันดับแรกมารวมกัน พบว่า มีแนวโน้มกระจุกตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนรวมกันอยู่ที่ 53% ในปีงบประมาณ 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 63% ในปีงบประมาณ 2564 ซึ่งมีการขยายตัวเกือบ 10 % ภายในเวลา 5 ปี โดยมีข้อสังเกตว่าจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่ติดอันดับ 1 ใน 6 จังหวัดที่มีงบประมาณลงพื้นที่สูงสุดทุกปี และมีจังหวัดที่ไม่มีงบประมาณลงพื้นที่ต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี ได้แก่ สมุทรปราการ (เมืองหลัก) ตาก ยะลา ปัตตานี ชัยนาท สิงห์บุรี ยโสธร อำนาจเจริญ และหนองบัวลำภู ส่วนโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี ส่วนใหญ่เป็น “โครงการทางหลวงชนบทเพื่อการท่องเที่ยว” งบประมาณเฉลี่ย 1,084.95 ล้านบาทต่อปี สำหรับค่าใช้จ่ายในภาพรวมของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จาก



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายด้านการตลาด เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 3,478.02 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 47.44% ของงบประมาณแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด สอดคล้องกับการดำเนินการของภาครัฐที่ผ่านมาที่ได้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างการรับรู้ของผู้คน (Brand Awareness) และกระตุ้นการเดินทางนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น โดยการขยายพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจาก 12 เมืองรองในปี 2558 เป็น 55 จังหวัดทั่วประเทศในปี 2561 และดำเนินการเรื่องมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับภาพอนาคตฐาน (Baseline Future) ของการท่องเที่ยวไทยต่อจากนี้ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลายลง คาดว่านักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานการท่องเที่ยว และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากขึ้นและเน้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหรือระดับภูมิภาคเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวนิยมใช้ “เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มท่องเที่ยว” เพื่อการวางแผนท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ดังนั้น ตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Travel tech) จะเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น “การท่องเที่ยวภายในประเทศ” จึงถือเป็นตลาดสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์การฟื้นฟูท่องเที่ยวไทยทั้งระยะสั้นและระยะกลาง ส่วนแนวโน้มของการท่องเที่ยวระดับโลกได้มีการปรับทิศทางเข้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” จึงเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาว ซึ่งมีโอกาสที่จะสร้างการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องให้กับประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ “การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์” ถือได้ว่าเป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves) ที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับประเทศไทยต่อจากนี้

ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีดังนี้

1) ควรจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดเมืองหลักลงไปในพื้นที่จังหวัดเมืองรองเพื่อพัฒนากิจกรรมที่เชื่อมต่อระหว่างต้นทางถึงปลายทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างของศักยภาพเมืองรอง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้การท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเกิดความยั่งยืน

ทั้งนี้ การส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองด้วยการจัดสรรงบประมาณลงไปในพื้นที่เมืองรองเพื่อพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวนั้นอาจยังไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีกรอบและวางแผนการพัฒนาเมืองรองแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีการศึกษาศักยภาพและวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองแต่ละเมือง โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้ทราบว่าหากต้องจัดสรรงบประมาณลงพื้นที่เพื่อเพิ่มขีด



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ความสามารถของการท่องเที่ยวในเมืองรองแล้ว ควรเป็นการลงทุนพัฒนาในด้านใด ซึ่งจะนำไปสู่การจัดสรรงบประมาณที่ตรงกับปัญหาพื้นฐานของเมืองรองแต่ละเมืองที่แตกต่างกันเพื่อให้เกิดการดำเนินการทางด้านอุปทานของการท่องเที่ยว (Supply Side) ทั้งการสร้างสิ่งดึงดูดใจทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และบริการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินการทางด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Demand Side) ซึ่งได้มีการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองหลายเมืองนำหน้าไปแล้วในช่วงที่ผ่านมา

**2) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่โดยบูรณาการการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักสู่เมืองรอง เพื่อสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น**

โดยควรมีการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกัน กำหนดแนวทางการพัฒนา ประสานการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผลการพัฒนาฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยควรศึกษาในประเด็น “การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว” เพื่อกระจายความนิยม และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น

**3) ควรพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดผู้พำนักระยะยาวกลุ่มประชากรโลกที่มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้าสู่เมืองรองมากขึ้น โดยควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) มากขึ้น**

ในช่วงที่ประเทศมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับการฉีดวัคซีนแล้วในพื้นที่ Sandbox 5 จังหวัด ถือได้ว่าเป็นช่วงของการพลิกโควิดเป็นโอกาสของเมืองรองที่จะได้มีเวลาเตรียมความพร้อมมากขึ้น ในการวางบทบาทใหม่ของการท่องเที่ยวในเมืองรองที่มีศักยภาพ อาทิ เมืองสุขภาพและเมืองสมุนไพรน่าร่อง ให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อดึงดูดผู้พำนักระยะยาวกลุ่มประชากรโลกที่มีความมั่งคั่งสูง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้าสู่เมืองรองเพื่อการพักผ่อนในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น โดยควรเร่งยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพของเมืองรองให้ดำเนินการเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ส่วนหน่วยงานที่ให้มาตรฐานก็ควรเร่งดำเนินการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาศักยภาพหน่วยตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวให้มีทักษะเป็นไปตามหลักเกณฑ์แนวทางที่กำหนด การจูงใจให้สถานประกอบการเร่งขอรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รวมถึงการกำหนดแนวทางการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพให้มีความชัดเจนมากขึ้น



## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	จ
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 วิธีการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิดว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน และหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	6
2.2 แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy)	7
2.3 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว	8
2.4 นโยบายรัฐบาลในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง	9
2.5 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ผลการศึกษา	12
3.1 บริบทการท่องเที่ยวในปัจจุบันและภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย	12
3.2 มาตรการและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง	21
3.3 รายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) เมืองหลักและเมืองรอง	22
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	28
4.1 บทสรุป	28
4.2 ข้อเสนอแนะ	31
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	36
งบประมาณลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองและรายได้จากการท่องเที่ยว จำแนกรายจังหวัด	36



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของการท่องเที่ยวทั่วโลก ตั้งแต่ปี 2547-2564	
จำแนกตามแผนแม่บทย่อยทั้ง 6 ด้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว	14
ภาพที่ 2 ระดับความสนใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ของผู้คนทั่วโลก ปี 2547-2564	15
ภาพที่ 3 ระดับความสนใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ของผู้คนทั่วโลก	
แจกแจงเปรียบเทียบตามภูมิภาคและประเทศ ปี 2547-2564	15
ภาพที่ 4 ระดับความสนใจของการท่องเที่ยวทั่วโลก ในช่วงปี 2559-2564	
จำแนกตามแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย	16
ภาพที่ 5 กิจกรรมอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยและทั่วโลกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและที่พัก ปี 2021	17
ภาพที่ 6 แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปี 2015-2025	18
ภาพที่ 7 จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปี 2020	18
ภาพที่ 8 Travel tech ในประเทศไทย	19
ภาพที่ 9 Travel tech ที่เป็นผู้นำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคใหม่จากทั่วโลก	20
ภาพที่ 10 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง ปี 2560-2563	23
ภาพที่ 11 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	
ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ กระบี่ สุราษฎร์ธานี และ 71 จังหวัด	24
ภาพที่ 12 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่ที่เมืองหลักและเมืองรอง	24
ภาพที่ 13 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่รายจังหวัด	
แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2564	25
ภาพที่ 14 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่รายจังหวัดสูงสุด 6 อันดับแรก	
ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2560-2564	25
ภาพที่ 15 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ไม่มีรับงบประมาณลงพื้นที่	
ในช่วงปี 2560-2563 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	26



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรอง	22
ตารางที่ 2 โครงการต่อเนื่อง 5 ปี ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	27
ตารางที่ 3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	27



## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย มีความสำคัญและก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยว มูลค่ารวม 2,727,740.14 ล้านบาท คิดเป็น 17.65% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ<sup>1</sup> มูลค่าดังกล่าวนี้มีค่าใกล้เคียงกับวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีของประเทศซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3 ล้านล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังก่อให้เกิดการจ้างงาน จำนวน 4,318,297 คน หรือคิดเป็น 11.53% ของการจ้างงานทั้งหมดของประเทศ โดยองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านท่องเที่ยวนี้ มีค่าตอบแทนแรงงาน (Wages and salary) อยู่จำนวนหนึ่งมูลค่า 492,949 ล้านบาท ซึ่งค่าตอบแทนแรงงานในส่วนนี้ส่วนหนึ่งเป็นค่าจ้างที่จ่ายให้กับแรงงานที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากจะเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยแล้ว ยังเป็นอีกกลไกหนึ่งที่จะเป็นเครื่องมือในการสร้างและกระจายรายได้ไปสู่ระดับท้องถิ่นและชุมชนได้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างการกระจายรายได้ที่ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเงินในพื้นที่ท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว เงินจึงลงพื้นที่โดยตรง ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้มากขึ้น ดังนั้นภาครัฐจึงได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยการกำหนดให้เป็น 1 ใน 14 แผนงานสำคัญ (Flagship) ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อกระจายการท่องเที่ยวในมิติพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน โดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ 20 ปี ข้างหน้า “เพื่อรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง” โดยใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์ความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ “แนวโน้มของตลาดยุคใหม่” รวมทั้งนำ “เทคโนโลยีและนวัตกรรม” มาใช้ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน โดยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการท่องเที่ยว ได้กำหนดกรอบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาว แบ่งเป็น 6 แผนย่อย ประกอบด้วย 1) ท่องเที่ยวเชิง

<sup>1</sup> บัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account :TSA) เป็นบัญชีย่อยที่แยกออกมาจากบัญชีประชาชาติของประเทศ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลแต่ละสาขาการผลิตซึ่งเกี่ยวข้องและสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว เช่น สาขาที่พักแรม สาขากิจกรรมและร้านอาหาร สาขาบริการขนส่งผู้โดยสาร สาขาธุรกิจนำเที่ยว สาขาบริการ ทางด้านวัฒนธรรม และสาขาบริการบันเทิงและสันทนาการต่าง ๆ เป็นต้น ออกมาจากภาคบริการ แล้วนำมาแสดงไว้เป็นการเฉพาะตามวิธีการ รูปแบบ และข้อกำหนดของระบบบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

สร้างสรรค์และวัฒนธรรม 2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย 4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ 6) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว โดยแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ได้กำหนดค่าเป้าหมายและตัวชี้วัดไว้ ดังนี้

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
		ปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
๑. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น	สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ร้อยละ)	เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๒	เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๕	เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๘	เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๐
๒. รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น	อัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง (สัดส่วน)	๘๐:๒๐	๗๕:๒๕	๗๐:๓๐	๖๐:๔๐
๓. ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น	อันดับความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดย Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)	๑ ใน ๓๐	๑ ใน ๒๘	๑ ใน ๒๖	๑ ใน ๒๔

หนึ่งในค่าเป้าหมายและตัวชี้วัดของประเด็นการท่องเที่ยวนี้นี้ คือ รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น โดยกำหนดค่าเป้าหมายเป็นสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง เพิ่มขึ้นเป็น 60:40 ภายในปี 2580 และนี่คือจุดเริ่มต้นนำไปสู่การศึกษาในหัวข้อถัดไป

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในบทบาทของการสร้างและกระจายรายได้ไปสู่ระดับท้องถิ่นและชุมชนที่ดี เนื่องจากเงินจากการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวสามารถกระจายลงสู่พื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยตรง ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้มีแนวคิดที่จะศึกษาการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐในแง่ของงบประมาณว่างงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่จัดสรรลงในพื้นที่ (Area) ของเมืองรองในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และผลของการจัดสรรงบประมาณดังกล่าวได้มีส่วนช่วยผลักดันให้นโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวหรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้ภาครัฐสามารถดำเนินนโยบายในการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นไปตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ และสำคัญยิ่งไปกว่านั้นคือก่อให้เกิดการปันผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศกระจายไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึงทุกภูมิภาค จึงได้มีการศึกษางบประมาณด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในมิติเชิงพื้นที่เพื่อให้ข้อเสนอเชิงนโยบายว่าการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองควรมีการส่งเสริมอย่างไร เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น รวมถึงเป็นการศึกษาเพื่อทบทวนการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความพร้อมรับ (Cope) กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยทางธรรมชาติและปัจจัยเชิงโครงสร้างทางการตลาด ตลอดจนเป็นแนวทางการปรับตัว (Adapt) ด้านการท่องเที่ยวหลังวิกฤติโควิด 19 คลี่คลายลง ซึ่งจะนำไปสู่การปูทางเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองให้พร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (Transform) และกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นและชุมชนมากขึ้น



## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะการจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรอง
- 1.2.2 เพื่อให้ข้อเสนอแนวทางในการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

### 1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ เมืองหลักและเมืองรอง โดยหลักเกณฑ์การจำแนกเมืองหลักและเมืองรอง ใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวของปี 2561 เป็นปีฐาน ดังนี้

1) เมืองหลัก หมายถึง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 4 ล้านคน รวม 22 จังหวัด ดังต่อไปนี้

- กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ปทุมธานี

- จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 4 ล้านคน จำนวน 15 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต ชลบุรี กระบี่ เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี สงขลา พังงา ประจวบคีรีขันธ์ ระยอง เพชรบุรี กาญจนบุรี นครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่น สระบุรี

2) เมืองรอง หมายถึง จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวปีหนึ่งต่ำกว่า 4 ล้านคน จำนวน 55 จังหวัด

### 1.3.2 ขอบเขตด้านข้อมูลในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศรายจังหวัดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานสถิติแห่งชาติ และเอกสารงบประมาณรายจ่ายประจำปี ฉบับปรับปรุงตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยงบประมาณที่จัดสรรลงพื้นที่ (Area) เมืองหลักและเมืองรอง เป็นข้อมูลภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการจัดเก็บข้อมูลงบประมาณเฉพาะงบลงทุน งบเงินอุดหนุน และงบรายจ่ายอื่นที่ระบุพื้นที่ดำเนินการไว้ในเอกสารงบประมาณ

### 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลภาพรวม 3 ด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) งบประมาณรายจ่าย ปีงบประมาณ 2560-2564
- 2) รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2560-2563
- 3) แนวโน้มตลาดยุคใหม่ของการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2547-2564



#### 1.4 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยเป็นการศึกษาที่ใช้วิธีวิทยา ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แล้วนำผลการศึกษามาสรุปร่วมกัน โดยวิธีเชิงปริมาณจะทำการจัดเก็บรวบรวม หรือวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด และเอกสารงบประมาณรายจ่าย ประจำปีฉบับปรับปรุงตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้ จากการท่องเที่ยว ส่วนวิธีเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โมเดล เศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน แผนแม่บทระดับชาติด้านการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง รายงานการสำรวจตลาดการท่องเที่ยวและเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับการทำ Data Analytics โดยใช้เทคนิค Data Driven Decision Making หรือ DDDM มาใช้เป็นหลักในการช่วยตัดสินใจทิศทางหรือวิเคราะห์แนวโน้มของการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

#### 1.5 นิยามศัพท์

**เมืองรอง** หมายถึง เมืองที่ยังมีนักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน ปีหนึ่งต่ำกว่า 4 ล้านคน ประกอบด้วย 55 จังหวัด และตอบโจทย์ผ่าน 3 แนวคิด ดังต่อไปนี้

1. Local Experience การท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์ในแบบวิถีชุมชน
2. Future challenge มีความท้าทายในอนาคตในการต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาศักยภาพได้
3. connecting เชื่อมโยงเมืองใหญ่ ผนึกกำลังเมืองเล็ก ๆ และเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน

**จังหวัดท่องเที่ยวรอง** หมายความว่า เขตจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดชุมพร จังหวัดเชียงราย จังหวัดตรัง จังหวัดตราด จังหวัดตาก จังหวัดนครนายก จังหวัดนครพนม จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดน่าน จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดปัตตานี จังหวัดพะเยา จังหวัดพัทลุง จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดแพร่ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดยโสธร จังหวัดยะลา จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดระนอง จังหวัดราชบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดเลย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสตูล จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอ่างทอง จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดอุบลราชธานี



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

**โฮมสเตย์ไทย** หมายความว่า สถานที่พักชั่วคราวซึ่งเจ้าของบ้านนำพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน มาดัดแปลงเป็นห้องพักและจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร โดยเรียกค่าตอบแทนจากผู้พัก อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม และมีจำนวนไม่เกินสี่ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกินยี่สิบคน และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

**Smart tourism** หมายถึง การบูรณาการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว สภาพอากาศ แหล่งที่พัก การเดินทาง และเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้ปรับตัวสู่ดิจิทัล หรือการผลักดันให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีเพื่อก้าวสู่ digital economy (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2561d)

**Travel Tech** หมายถึง บริษัทที่ใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยว เพราะพฤติกรรมของผู้คนปัจจุบันต่างพึ่งพาเทคโนโลยีเพื่อวางแผนท่องเที่ยวทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการบริการค้นหาแหล่ง บริการค้นหาและจองตั๋วเครื่องบินและที่พักพร้อมเปรียบเทียบราคา บริการจองตั๋วทำกิจกรรมต่าง ๆ และบริการสื่อสังคมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงบริบทการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย มาตรการและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง และลักษณะการจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรอง

1.6.2 ได้ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีสารสนเทศสำหรับนำมาใช้เป็นทางเลือกประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน

1.6.3 สมาชิกวุฒิสภาและบุคลากรในวงงานรัฐสภามีข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสำหรับนำมาใช้เป็นทางเลือกประกอบการพิจารณาขบประมาณรายจ่ายด้านการท่องเที่ยว



## บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม

ในบทที่ 2 นี้ ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ แนวคิดที่ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนและหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว นโยบายรัฐบาลในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง รวมถึงการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 2.1 แนวคิดที่ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน และหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development [WCED], 1990, p. 43) หรือที่เรียกในอีกนามหนึ่งว่าคณะกรรมการบรันด์แลนด์ (Brundtland Commission) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นต่อมาที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขา ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นสังคมธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Brundtland commission, 1987) นอกจากนี้องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ยังเสนอเพิ่มเติมว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนควรตั้งอยู่บนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยึดถือคุณค่าของความเป็นมนุษย์ด้วย (UNESCO, 2005, p. 14). (อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562, น. 3-2-3-3) ทั้งนี้ หลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากร เหล่านั้นได้อย่างยั่งยืนยาว และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จึงเกิดเป็นหลักการสำคัญ 4 ประการ ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562 น.3-15)

1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ หมายถึง การท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้ สามารถจัดความยากจนและความลำบาก เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หรือแม้แต่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรจะมีวิธีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย เช่น การจัดการด้านการโรงแรมจะต้องรวมค่าใช้จ่ายในการบำบัดน้ำเสีย และการลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในบริเวณข้างเคียงด้วย

2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางสังคม หมายถึง การท่องเที่ยวต้องสนับสนุนให้ประชาชนไม่ใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและอยู่ในขีดจำกัดของทรัพยากรนั้น ๆ ที่จะรองรับได้ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการนำของเสียกลับมาใช้อีกเพื่อเป็นการประหยัดและการสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติ



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวต้องมั่นคงยาวนานและต้องนำไปสู่การกระจายผลประโยชน์ในสังคมอย่างเป็นธรรม

3) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ต้องสนับสนุนการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจแก่ชุมชนและไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ต่อชุมชน รวมทั้งเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอันดีกับคนรุ่นหลังต่อไป

4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การท่องเที่ยวต้องมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและชาญฉลาดที่สุด มีการบำรุงรักษาและใช้งานที่อยู่ในขอบเขต หากใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจนหมดสิ้นไปหรือใช้งานเสื่อมโทรมอาจทำให้คนรุ่นหลังขาดโอกาสในการใช้ประโยชน์ต่อไป

### 2.2 แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy)

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2562) ได้ให้คำนิยามของ BCG Economy หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) คือ โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves) ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุ อุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมจะเข้าไปช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้ผลิตที่เป็นฐานการผลิตเดิม เช่น เกษตรกรและชุมชน ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงหรือนวัตกรรม ด้วยการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่来帮助หลายข้อจำกัด ให้เกิดการก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอด และสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งแบบทั่วถึง (Inclusive Growth) ด้วยการใช้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า “BCG Model” ซึ่งมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และสอดคล้องกับหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SEP) ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

สำหรับแนวทางในการดำเนินการสำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เป็นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมุ่งพัฒนาสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการใช้จุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และทุนทางปัญญา มาสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่เมืองรอง เน้นตลาดคุณภาพ สร้างมาตรฐาน ความ สะดวก สะอาด ปลอดภัย อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้บริหารจัดการและดูแล ระบบนิเวศอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาสู่ระบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการจัดทำระบบมาตรฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดทำ National Guideline ด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัญชีต้นทุนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงการปรับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการฟื้นฟูแหล่งเสื่อมโทรมทางธรรมชาติให้เป็นแหล่ง



ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควบคู่กับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงในการรองรับนักท่องเที่ยวและป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรม ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อลดผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะอยู่บนพื้นฐานของการสร้าง การใช้องค์ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุ อุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวผ่านระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ อาทิ การให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวเชิงศิลปและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาเพื่อส่งออกสินค้าและบริการเหล่านี้ ผ่านช่องทางของฝากที่สร้างสรรค์อย่างมีอัตลักษณ์ การจัดการด้านระบบและมาตรฐานที่กำกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั่วโลก เช่นเดียวกับการมีสมาพันธ์ทางด้านกีฬา การจัดมหกรรมระดับโลก เป็นต้น ส่งเสริมและร่วมมือกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจบริการ ในการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่จะส่งผลกระทบโดยตรงกับการท่องเที่ยวในอีก 5-10 ปีข้างหน้า

### 2.3 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ได้ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่ “เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย” โดยแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แผนย่อย ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุมการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัล การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจ



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้งส่งเสริมให้การจัดงานธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างสรรค่นวัตกรรม รวมถึงการสร้างเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ทั้งสินค้าบริการ บุคลากร ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ร่วมกับการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

4) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย เป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง และการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำสำคัญ โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงบริบทของพื้นที่และชุมชนในพื้นที่

5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ยกกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ และกรอบความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

6) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย

### 2.4 นโยบายรัฐบาลในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง

คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อสภาผู้แทนราษฎร รัฐบาลได้กำหนดให้ “การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว” เป็น 1 ใน 11 เรื่อง ภายใต้งบประมาณรายจ่ายบูรณาการ โดยในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว งบประมาณทั้งสิ้น 4,653.8 ล้านบาท เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและมีอัตราการขยายตัวของการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศควบคู่ไปกับการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยว สร้างความหลากหลายให้การท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่า



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ให้แก่สินค้าและบริการทางสุขภาพ พัฒนาภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบโดยมุ่งเน้นที่เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเชื่อมโยงต่อเนื่องไปยังภูมิภาคพัฒนาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในทุกระดับ ลดความเหลื่อมล้ำโดยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2564)

### 2.5 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) ได้จัดทำโครงการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยวและทำการวิเคราะห์การกระจายรายได้ผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยทำการประเมินการกระจายรายได้จากสัดส่วนของผลตอบแทนแรงงานที่วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนจ่ายให้กับบุคลากรหรือผู้ที่ทำงานอยู่ในท่องเที่ยวชุมชน ถ้าท่องเที่ยวของชุมชนมีค่าของสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เป็นผลตอบแทนแรงงานในสัดส่วนที่สูงกว่าการท่องเที่ยวของประเทศ ก็จะประเมินได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถส่งผลการกระจายรายได้ที่ดีกว่าการท่องเที่ยวโดยรวมหรือการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของประเทศ โดยผลการคำนวณค่า induce impact โดยใช้ Input-Output model ได้แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของ GDP ที่เกิดจาก induce impact ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งมีค่าเท่ากับ 30.12 สูงกว่า ค่าของการท่องเที่ยวของประเทศซึ่งเท่ากับ 26.86 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ที่ดีกว่าการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของประเทศ ดังนั้น ถ้าหากรัฐบาลจะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ขยายตัวมากขึ้น ก็จะส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ที่ดีขึ้นตามไปด้วย

รัฐภูมิ ตูจันดา และคณะ (2559) ได้ศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจโรงแรม/ที่พักในกระบี่นั้นมีบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เฉลี่ย 1.45 คนต่อแห่ง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการภายในและการหาลูกค้า แต่ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการถึง 22.5% ที่ยังขาดความพร้อมด้าน IT และต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่างๆ คือ ด้านเว็บไซต์ ด้านอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ และด้าน Office Suite โดยประเด็นปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนบุคลากรด้าน IT และนอกจากนี้การศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินิยมที่เหมือนกันคือ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการเดินทางเอง ซึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกนั้นชื่อเสียงความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2556a) ได้กล่าวถึงแนวคิดห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวว่า กิจกรรมที่เชื่อมต่อระหว่างต้นทางถึงปลายทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นห่วงโซ่ที่ค่อนข้างซับซ้อน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) สิ่งดึงดูดใจ ทั้งสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติและที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น และอรรถาธิบายของคนท้องถิ่น
- 2) การบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่เอกชนเป็นผู้ให้บริการ ได้แก่ ที่พักอาศัย อาหาร และเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (ร้านค้า บริการสุขภาพ ร้านขายยา ธนาคาร ฯลฯ)
- 3) บริการสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
  - 3.1) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ระบบทางรถไฟ การบริการการขนส่งสำหรับทัวร์ท่องเที่ยว สนามบิน สถานีปลายทางรถล่องเรือ ท่าเรือ เครือข่ายการขนส่งท้องถิ่น แท็กซี่และที่จอดรถ
  - 3.2) บริการสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โรงพยาบาล ห้องน้ำ การกำจัดขยะ การบำบัดน้ำเสีย
- 4) ตัวกลางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่
  - 4.1) บริษัททัวร์ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขายตั๋ว
  - 4.2) เว็บไซต์ (Online portals)
  - 4.3) ผู้จัดจำหน่ายพิเศษ ได้แก่ บริษัทจัดประชุม หรือจัด Incentives

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจะเกิดขึ้นได้ หากมีการกระจายผลประโยชน์ที่เหมาะสมและเป็นธรรมและได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมจากคนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ รวมถึงการปรับทิศทางการไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ตลอดจนการนำเครื่องมือด้าน IT เข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับบทบาทของภาครัฐควรมีการเตรียมความพร้อมเมืองรองแต่ละเมืองให้มีความพร้อมรองรับการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณูปโภคต่าง ๆ เพื่อเชื่อมต่อระหว่างต้นทางถึงปลายทางของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเชื่อมต่อเมืองรองไปยังการท่องเที่ยวในชุมชนได้สะดวกมากขึ้นเท่าใดจะยิ่งส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นตามไปด้วยเท่านั้น



### บทที่ 3 ผลการศึกษา

ในบทที่ 3 ของงานศึกษานี้ จะแสดงผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยวิเคราะห์แบบองค์รวมและ อรรถาธิบายแต่ละส่วน ประกอบด้วย 1) บริบทการท่องเที่ยวในปัจจุบันและภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย 2) มาตรการและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 3) รายได้จากการท่องเที่ยวและ งบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรองภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 บริบทการท่องเที่ยวในปัจจุบันและภาพอนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทย

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลง 22.7% จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเฉพาะในเดือนเมษายนลดลงมากถึง 97% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อ ป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยธุรกิจการบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้น ๆ จนทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน โดยเฉพาะ มาตรการด้านการเงินและการคลัง และการจ้างงานเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2563, น. 4) เช่นเดียวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยเมื่อสิ้นปี 2563 ได้รับผลกระทบจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด จำนวน 137.03 ล้าน คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 792,534.21 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมา 70.95% โดยมีจำนวน นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยรวม 13.81 ล้านคน คิดเป็นรายได้ 310,066.12 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมา 81.16 % อย่างไรก็ดี สถานการณ์ดังกล่าวเกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติ ไม่ได้เกิดจาก ปัจจัยทางโครงสร้าง จึงคาดว่าภาคท่องเที่ยวของไทยน่าจะกลับมาฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วอีกครั้งหลังจากที่ รัฐบาลมีมาตรการผ่อนคลายและกำหนดแนวทางอย่างชัดเจนในการเปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนและมี ใบรับรองการฉีดวัคซีนให้เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้

ดังนั้น ภาพอนาคตฐาน (Baseline Future) ของการท่องเที่ยวไทย เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลายลง คาดว่า “นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานการท่องเที่ยว และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากขึ้น” รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยจะ เน้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหรือระดับภูมิภาคเป็นหลัก โดยเฉพาะในเมืองที่มีผู้คนกระจุกตัวอยู่ไม่มาก “การท่องเที่ยวภายในประเทศ” จึงถือเป็นตลาดสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์การฟื้นฟูท่องเที่ยวไทยทั้งในระยะสั้น และระยะกลาง โดยในช่วงที่ประเทศอยู่ระหว่างการกระจายวัคซีนต้านโควิด-19 เพื่อสร้าง “ภูมิคุ้มกันหมู่” และ



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ในระยะฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังจากนี้ จึงถือว่าเป็นโอกาสท่ามกลางวิกฤติที่ประเทศไทยจะได้มีเวลาเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวทั้งการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติยอดนิยม และการพัฒนาลักษณะทางกายภาพของเมืองรองให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากขึ้นในการรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่ฟื้นตัวกลับมา อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมเมืองรองให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนอกจากการจัดสรรงบประมาณลงไปในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวรอง เพื่อพัฒนาทั้งโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณูปโภคแล้วควรให้ความสำคัญในประเด็นความแตกต่างของศักยภาพเมืองรองแต่ละเมืองที่มีไม่เท่ากันด้วย เนื่องจากจังหวัดเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของศักยภาพนี้เกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ 1) ทุนประเดิมด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งเมืองท่องเที่ยวหลักมักจะเป็นเมืองที่มีอากาศเย็นในฤดูหนาวหรือเมืองที่มีชายทะเล เป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวสูงในเมืองหลักที่มีแม่เหล็กด้านการท่องเที่ยว 2) การเข้าถึงโดยการขนส่งทางอากาศ และ 3) จำนวนผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2562)

### แนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก

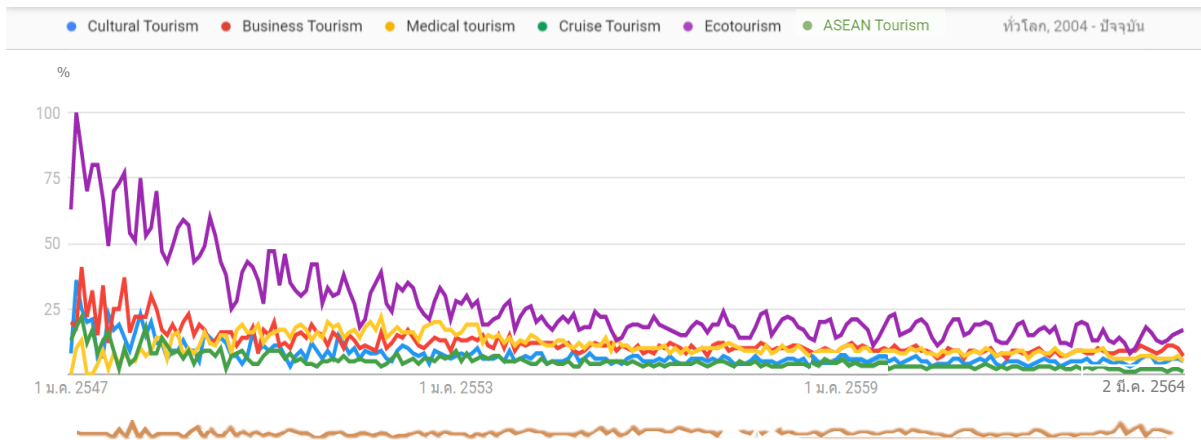
ผลของวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาแบบมุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้กระตุ้นให้หลายประเทศเกิดความตระหนักที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาตนเองได้ในสังคมที่ดีควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่มาของการนำแนวคิดว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) มาปรับใช้ในการพัฒนาประเทศ รวมไปถึงด้านท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มปรับทิศทางเข้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน<sup>2</sup> โดยให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิด “Small is Beautiful” ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม และผู้คนในท้องถิ่น (E.F.Schumacher, 2017)

โดยเมื่อนำแผนแม่บทย่อยทั้ง 6 ด้านภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว มาวิเคราะห์ระดับความสนใจของผู้คนตลอดระยะเวลา 17 ปีที่ผ่านมา พบว่า แนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกมีความสนใจ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (Ecotourism)” มากที่สุดและต่อเนื่องมานับตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปัจจุบัน

<sup>2</sup> องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า “เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของการท่องเที่ยวทั่วโลก ตั้งแต่ปี 2547-2564 จำแนกตามแผนแม่บทย่อยทั้ง 6 ด้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว  
ที่มา: <https://trends.google.com> ข้อมูล ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564

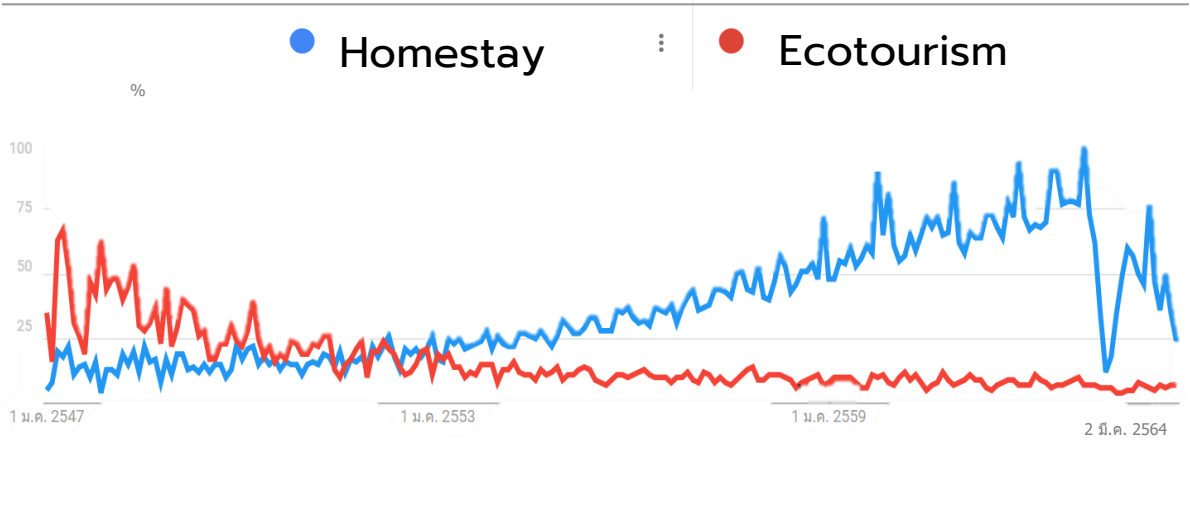
จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีบทบาทในด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว และมีโอกาสสร้างการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องให้กับประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้คุณค่าของระบบนิเวศและคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติหรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมาที่ควรอนุรักษ์ให้เป็นมรดกของชาติให้เกิดความยั่งยืนและกลมกลืนไปกับชุมชน อาทิ แหล่งมรดกโลก (World Heritage Site) พื้นที่สงวนชีวมณฑล (Biosphere Reserves) และอุทยานธรณีโลก (Global Geoparks) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากความร่วมมือของพันธมิตรหลายภาคส่วน โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ของอุทยานธรณีโลกและพื้นที่สงวนชีวมณฑลซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยใช้กระบวนการจากล่างขึ้นบนภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในพื้นที่ ร่วมกันจัดทำและพัฒนาแผนบริหารจัดการเพื่อทำให้เกิดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การจ้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากจะเป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐานแล้ว ยังรวมถึงการท่องเที่ยวในลักษณะของการเดินทางไปเรียนรู้ ผ่านการใช้ชีวิตหรือทำกิจกรรมตามอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น นั่นคือ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “โฮมสเตย์ไทย” (Homestay) โดยอาศัยวัตถุดิบจากชุมชนที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราวของแต่ละท้องถิ่นเป็นตัวตั้งซึ่งหาไม่ได้ในตลาดทั่วไป ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะเข้ามาช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการปันผลประโยชน์ต่าง ๆ กลับคืนสู่ประชาชนในท้องถิ่นในระยะยาวได้อีกด้วย



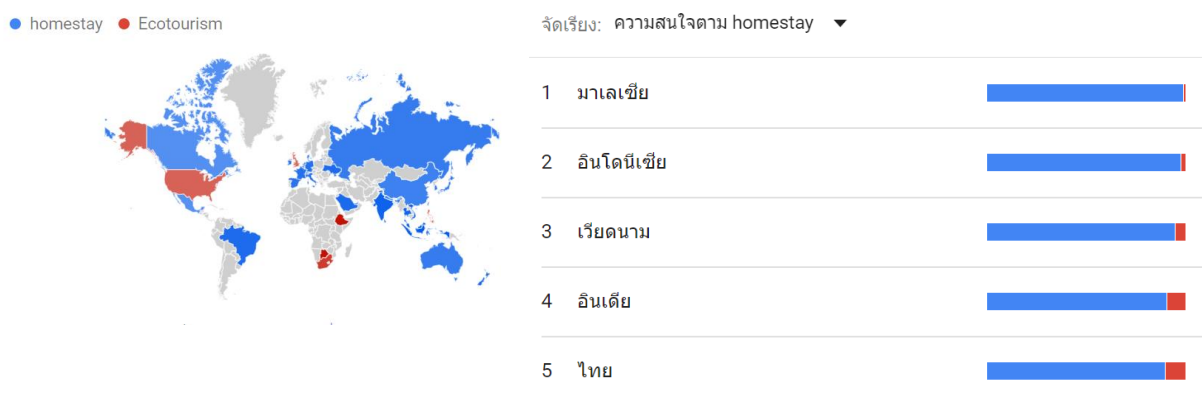
## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

โดยเมื่อพิจารณาระดับความสนใจของผู้คนทั่วโลกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 2 ระดับความสนใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ของผู้คนทั่วโลก ปี 2547-2564  
ที่มา: <https://trends.google.com> ข้อมูล ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564

โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า “ผู้คนทั่วโลกมีความสนใจและค้นหาข้อมูลโฮมสเตย์ในประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 5 รองจากประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และอินเดีย



ภาพที่ 3 ระดับความสนใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ของผู้คนทั่วโลก  
แจกแจงเปรียบเทียบตามภูมิภาคและประเทศ ปี 2547-2564  
ที่มา: <https://trends.google.com> ข้อมูล ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564

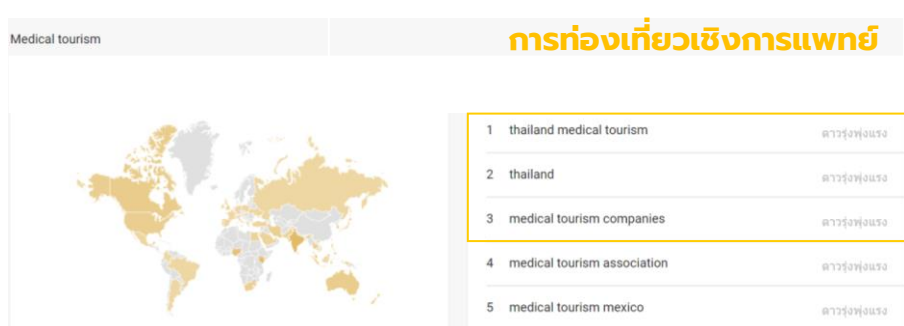
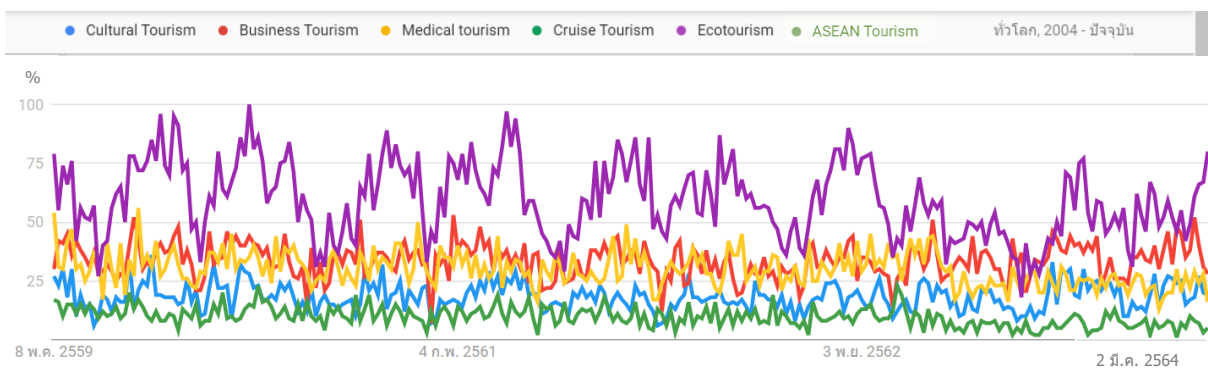


## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ประโยชน์จากการส่งเสริมท่องเที่ยวในรูปแบบที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว นอกจากจะช่วยกระจายรายได้ไปสู่เมืองรองและท้องถิ่นแล้ว ยังช่วยอุดหนุนโหวของรายได้จากการท่องเที่ยวที่หายไปให้กับธุรกิจต่างชาติดจากการนำเข้าทั้งวัตถุดิบ แรงงาน และธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งในแต่ละปีอาจสูงถึง 28.40% ของรายได้จากการท่องเที่ยวไทย (บัณฑิต ชัยวิชญชาติ, 2561) ด้วยการนำเสนอสินค้าไทยเพื่อลดทอนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ อันเป็นการส่งเสริมรายได้ให้มาอยู่ในมือคนไทยที่เป็นเจ้าแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริงให้ได้รับผลประโยชน์จากเม็ดเงินที่เข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวไทย

สำหรับบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า ภาครัฐมีความชัดเจนในแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในการสนับสนุนระบบนิเวศการท่องเที่ยวมากขึ้น เห็นได้จากในปีงบประมาณ 2564 ที่มีการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายส่วนใหญ่ไว้ในแนวทางการดำเนินงาน : การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว จำนวน 5,136.52 ล้านบาท คิดเป็น 75.82% ของงบประมาณแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณที่ผ่านมาจำนวน 409.59 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 8.67% โดยรายจ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวไทย ในโครงการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยสู่ความเป็นคุณภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 2,537.29 ล้านบาท คิดเป็น 49.40% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แนวทางการดำเนินงานพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังได้พบข้อมูลที่น่าสนใจอีกว่าตั้งแต่ปี 2559-2564 ผู้คนทั่วโลกได้สนใจและค้นหาข้อมูลด้านท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยเป็นอันดับสูงสุด ซึ่งจัดอันดับอยู่ในระดับดาวรุ่งพุ่งแรงมาตลอดในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 4 ระดับความสนใจของการท่องเที่ยวทั่วโลกในช่วงปี 2559-2564 จำแนกตามแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย

ที่มา: <https://trends.google.com> ข้อมูล ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

โดยข้อมูลจาก Thailand Medical Tourism Overview (2020) พบว่าในปี 2563 ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จำนวน 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 18,000 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานกว่า 237 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ<sup>3</sup> อีกทั้งมีความพร้อมของสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI จำนวน 60 แห่ง มากเป็นอันดับ 1 ของภูมิภาค AEC และเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยในจำนวนนี้เป็นสถานพยาบาลที่ตั้งอยู่ในเมืองรอง จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี หนองคาย นครสวรรค์ พิษณุโลก และเชียงราย<sup>4</sup>

โดยในปีงบประมาณ 2564 ภาครัฐได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยจัดสรรงบประมาณไว้ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินงาน: การส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย จำนวน 67.12 ล้านบาท คิดเป็น 0.99 % ของงบประมาณทั้งหมดของแผนงานบูรณาการนี้ โดยพบว่า รัฐบาลได้ลดระดับความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย โดยจัดสรรงบประมาณลดลงจากปีที่ผ่านมาจำนวน 16.86 ล้านบาท หรือลดลง 20.07 % ส่วนในรายละเอียดของรายจ่ายส่วนใหญ่จะเป็นการกระตุ้นอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ โดยเป็นการใช้จ่ายในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รายการ “ค่าใช้จ่ายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ” 60 ล้านบาท คิดเป็น 89.39% ของงบประมาณภายใต้แนวทางการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ

### แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์

ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์มีมูลค่าทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โดยจากข้อมูลการสำรวจของ Hootsuite (2021) จะเห็นว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจทั่วโลกจากกิจกรรมอีคอมเมิร์ซที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและที่พัก สูงถึง 593.60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยคนไทยใช้จ่ายในกิจกรรมนี้มูลค่ารวม 3.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อปีหรือประมาณ 105,000 ล้านบาท



ภาพที่ 5 กิจกรรมอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยและทั่วโลกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและที่พัก ปี 2021

ที่มา: The Global State of Digital 2021

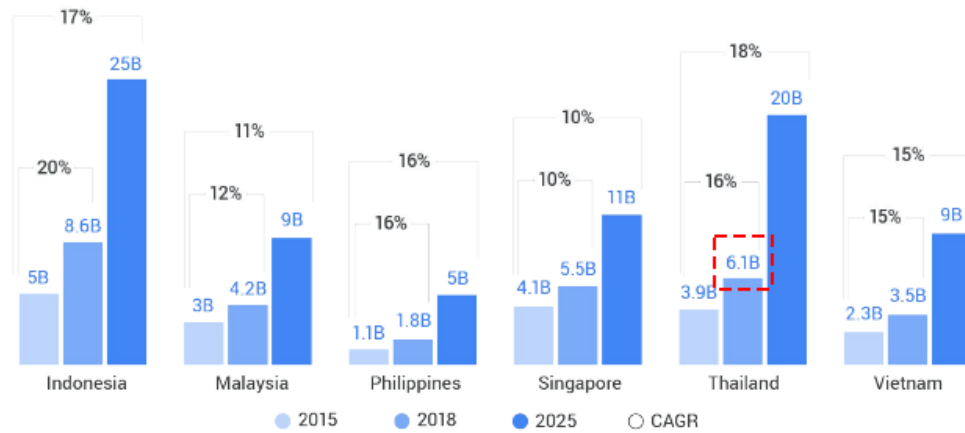
<sup>3</sup> เป็นข้อมูลจากผลการสำรวจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จำนวน 237 แห่ง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร 82 แห่ง ภาคกลาง 80 แห่ง ภาคเหนือ 30 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 33 แห่ง และภาคใต้ 13 แห่ง

<sup>4</sup> ข้อมูลจากเว็บไซต์ของ Joint Commission International Accreditation ระบุว่า มีสถานพยาบาลของประเทศไทยได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI จำนวนถึง 60 แห่ง โดยในจำนวนนี้มีสถานพยาบาลที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเมืองรอง ได้แก่ โรงพยาบาลเอกอุ จังหวัดอุดรธานี โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชท่าบ่อจังหวัดหนองคาย โรงพยาบาลโอเวอร์บรุค จังหวัดเชียงราย โรงพยาบาลพิษณุเวช จังหวัดพิษณุโลก และโรงพยาบาลศรีสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์



ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

โดยอัตราการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีมูลค่าสูงถึง 3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของ Travel tech ในขณะที่ประเทศไทยมีธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์มูลค่ารวม 6.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 180,000 ล้านบาท) และมีอัตราการเติบโต 16% ต่อปี โดยมีการคาดการณ์ว่าในอีก 4 ปีข้างหน้า ในปี 2025 จะเติบโตแบบก้าวกระโดดเป็น 18% ต่อปี



ภาพที่ 6 แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปี 2015-2025  
ที่มา: ข้อมูลจากงาน Google CxO Breakfast 2019

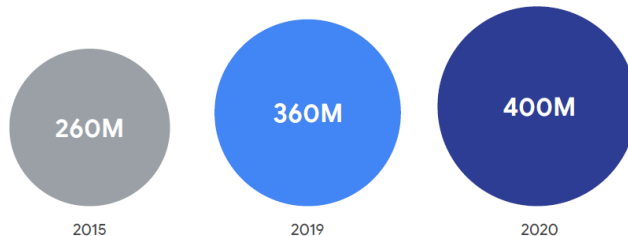
สำหรับจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากปี 2019 ซึ่งอยู่ที่ 360 ล้านคน โดยมีกลุ่มผู้ใช้งานใหม่ (Digital Service Consumers) จำนวน 40 ล้านคน ส่งผลให้ตัวเลขผู้ใช้งานรวมในปี 2020 เพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วน 70% ของประชากรใน 11 ประเทศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

New users are coming online at a blistering pace, adding **40M new Internet users** this year alone

**40M** new users joined the Internet in 2020, compared to 100M between 2015 and 2019

**70%** of the region's population is now online

Total Internet users in SEA



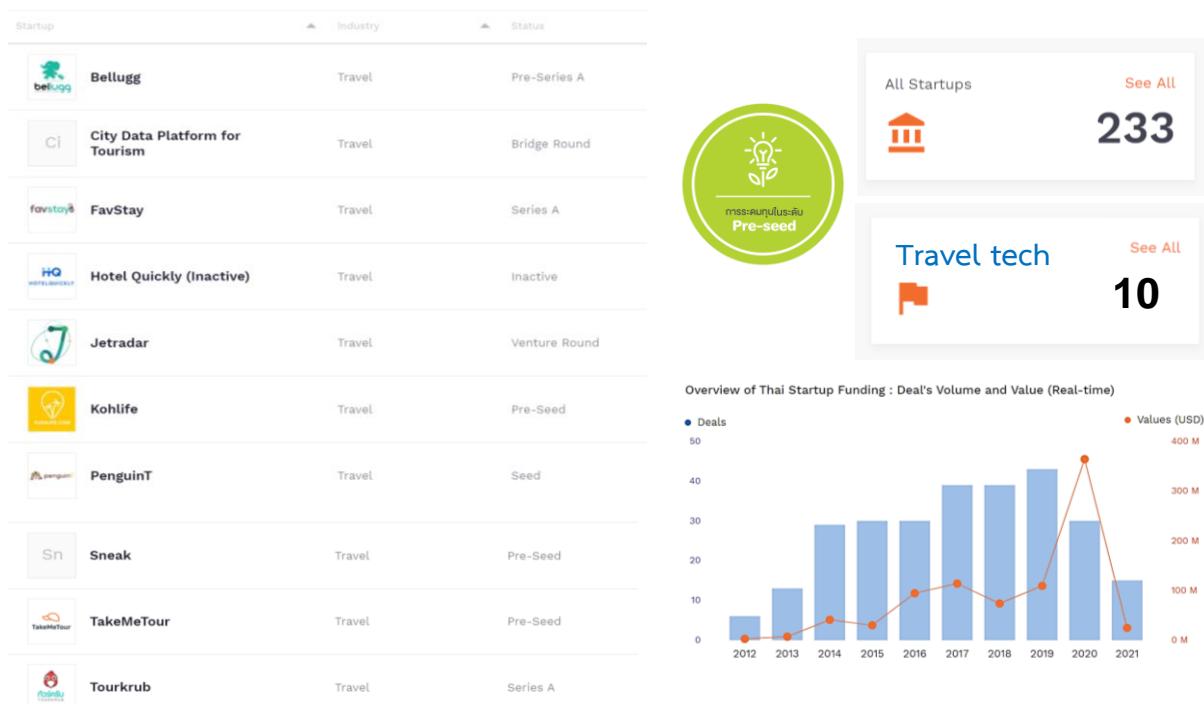
ภาพที่ 7 จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปี 2020  
ที่มา: e-Conomy SEA 2021



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

นอกจากนี้จากการศึกษาตลาดออนไลน์ทั่วโลกที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว หรือ Travel tech พบว่า ส่วนใหญ่เกิดจากการผลักดันโดยภาครัฐและเอกชนที่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสตาร์ทอัพในประเทศ ทำให้มีสตาร์ทอัพหลายแห่งประสบความสำเร็จระดับยูนิคอร์น (Unicorn) ซึ่งมีมูลค่าของบริษัทมากกว่า 1 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ขณะที่ภาพรวม Tech Startup ในประเทศไทยยังคงมีการเติบโตแต่เป็นไปด้วยอัตราที่ช้าลง ส่วน Travel tech พบว่ายังมีจำนวนไม่มากนัก โดยปัจจุบันไทยมีบริษัทที่เป็น Travel tech startup จำนวน 10 ราย จาก Tech Startup ทั้งหมด 233 ราย ส่วนใหญ่มีการระดมทุนอยู่ในระดับ Pre-Seed<sup>5</sup> ซึ่งอยู่ในช่วงการระดมทุนและเพิ่งเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือธุรกิจของตัวเอง และต้องนำเสนอแผนการทำงานรวมถึงแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้ผู้ลงทุนสนใจ โดย Travel tech เหล่านี้ยังต้องการปัจจัยสนับสนุนหลายอย่าง เช่น ความรู้ เงินทุน เครือข่ายพาร์ทเนอร์ และการผลักดันจากภาครัฐและเอกชนเพื่อสนับสนุนให้มีการบ่มเพาะธุรกิจ เพื่อขยายตลาดซึ่งมีโอกาสเติบโตแบบก้าวกระโดดและยังสามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง แต่หากพิจารณาในระดับโลกแล้ว ประเทศไทยมีสัดส่วน Travel tech เพียง 0.49% จากทั่วโลกที่มีอยู่ราว 2,039 ราย



ภาพที่ 8 Travel tech ในประเทศไทย

ที่มา: Techsauce ข้อมูล ณ 2 มีนาคม 2564

<sup>5</sup> การระดมทุนของเหล่า Startup ในการ Funding แบ่งตามระดับการเติบโตและช่วงของมูลค่าการลงทุน ตั้งแต่ 600,000 บาท ไปจนถึง 66 ล้านบาทขึ้นไป โดยแบ่งเป็น 6 ระดับ ดังนี้ 1. Pre-Seed 2. Pre-Series A 3. Series A 4. Series B 5. Series C และ 6. Unicorn



ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ผู้นำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พัฒนา  
มาจากสตาร์ทอัพที่มีคนดำเนินธุรกิจเพียงไม่กี่คน แต่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ

Component Name	Ticker	Weight
EXPEDIA GROUP INC	EXPE	5.35%
BOOKING HOLDINGS INC	BKNG	5.03%
TONGCHENG-ELONG HOLDINGS LTD	780	4.69%
CVC BRASIL OPERADORA E AGENCIA	CVCB3	4.47%
DESPEGAR.COM CORP	DESP	4.45%
AMADEUS IT GROUP SA CLASS A	AMS	4.31%
HANA TOUR SERVICE INC	039130	4.26%
UBER TECHNOLOGIES INC	UBER	4.24%
TRIP.COM GROUP LTD	TCOM	4.14%
TRIVAGO NV - ADR	TRVG	4.12%
LOTTE TOUR DEVELOPMENT CO LT	032350	3.98%
AIRBNB CL A ORD	ABNB	3.81%
TRAINLINE PLC	TRN	3.81%
TRAVELSKY TECHNOLOGY LTD-H	696	3.76%
ON THE BEACH GROUP PLC	OTB	3.70%
WEBJET LTD	WEB	3.63%
SABRE CORP	SABR	3.62%
TRIPADVISOR INC.	TRIP	3.56%
EDREAMS ODIGEO SL	EDR	3.34%
LYFT INC	LYFT	3.34%
MAKEMYTRIP LTD	MMYT	3.30%
OPEN DOOR INC	3926	2.59%
FACEDRIVE INC	FD	2.27%
AIRTRIP CORP	6191	1.95%
ADVENTURE INC	6030	1.82%
ACCESSO TECHNOLOGY GROUP PLC	ACSO	1.82%
TEMAIRAZU INC	2477	1.63%
TUNIU CORP	TOUR	1.19%
LVJI TECHNOLOGY HOLDINGS INC	1745	1.01%
VELTRA CORP	7048	0.82%



ภาพที่ 9 Travel tech ที่เป็นผู้นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยุคใหม่จากทั่วโลก

ที่มา: Prime Travel Technology Index , Base Date: September 20, 2019

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตลาดออนไลน์ทั่วโลกที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกใช้ “เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มท่องเที่ยว” เพื่อการวางแผนท่องเที่ยวทุกขั้นตอนเพิ่มขึ้น ช่องทางออนไลน์จะกลายเป็นแหล่งข้อมูลและพื้นที่หลักสำหรับการค้นหาและให้บริการด้านการท่องเที่ยว ทำให้เกิดธุรกรรมท่องเที่ยวแบบไร้เงินสดและการใช้นวัตกรรมบนฐานบล็อกเชน (Blockchain) เพื่อสร้างความปลอดภัยและความแม่นยำของข้อมูลมากขึ้น ขณะที่การบูรณาการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดให้เป็นระบบ “ท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart tourism)” ก็ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT: Internet of Things) มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพให้วัตถุและอุปกรณ์ทั้งหลายเชื่อมต่อกันเพื่อจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศจากตัวรับรู้ (Sensor) การพัฒนาแอปพลิเคชันที่



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ต้องใช้ระยะห่างทางสังคม ตัวอย่างเช่น ประเทศสเปนที่มีการพัฒนา Benidorm Beach Safety App โดยใช้เทคโนโลยีแบ่งพื้นที่ชายหาดออกเป็นสวน ๆ และใช้กล้องกับ Sensor ที่ถ่ายโอนข้อมูลตามเวลาจริงไปยังระบบเพื่อลดความแออัดในการเข้ามาใช้พื้นที่และเพิ่มความสะดวกในการจับจองพื้นที่ของนักท่องเที่ยว โดยมีโดรนบินลาดตระเวนและเปิดข้อความเสียงเตือนเมื่อมีคนกระจุกตัว ซึ่งข้อมูลสารสนเทศที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้จะส่งมาไว้ที่เดียวกันเป็น Big data ช่วยให้ภาครัฐได้ใช้ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวสำหรับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในเมืองรองที่มีศักยภาพสูงเพื่อการกระจายนักท่องเที่ยวออกสู่ท้องถิ่นและชุมชนมากขึ้น

โดยสรุปคือ “ข้อมูล” ที่มาจากเทคโนโลยีดิจิทัลจะเป็นตัวสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ทำให้ประเทศสามารถเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยยังอาศัย Facebook และแพลตฟอร์มของต่างชาติเป็นหลัก ขณะเดียวกันการเชื่อมโยงข้อมูลการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวกับการคำนวณรายได้จากการท่องเที่ยวในปัจจุบันของไทยก็ยังไม่สามารถให้ข้อเท็จจริงในลักษณะที่เป็นรูปแบบกระแสเงินสดได้ ดังนั้น เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยว เนื่องจากข้อมูลที่แม่นยำจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวระยะยาว รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวกของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เมืองรองมากขึ้น

### 3.2 มาตรการและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 ภายใต้โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด และโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด พลัส โดยในปี 2561 ได้ขยายพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเป็น 55 จังหวัดทั่วประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ กระตุ้นและกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองตามอัตลักษณ์พื้นที่ผ่านการจัดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” โดยเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยมีกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

- Enjoy Local ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเข้าเมืองรองด้วยบัตร TAT Plus
- SET in the local กระตุ้นตลาด MICE จัดประชุม สัมมนา และกิจกรรม CSR ในเมืองรอง
- Local link เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายให้ได้รับสิทธิพิเศษ
- Eat Local การส่งเสริมอาหารถิ่น
- Our Local ส่งเสริมกิจกรรมในชุมชนบนพื้นฐานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์
- Local Heroes จัดกิจกรรม Mobile clinic เพื่อพัฒนาคน เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในอนาคต
- Local Strength การบูรณาการภาครัฐและเอกชนสร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานและสินค้าพร้อมขาย และพัฒนา Creative Tourism



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ปี 2562-2563 ททท. ได้จัดทำโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยนำเสนอการท่องเที่ยววิถีไทยแบบลึกซึ้งถึงประสบการณ์ท้องถิ่น เน้นการเดินทางที่ได้เข้าไปเรียนรู้ไปสัมผัสวัฒนธรรม วิถีชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าประโยชน์จากการเดินทางและได้สัมผัสถึงคุณค่าจากการท่องเที่ยวในมุมมองที่เปิดกว้างมากขึ้น ผ่านการนำเสนอในมุมมองที่แตกต่างจากทั้ง 55 จังหวัด ที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน

ปี 2564 ททท. ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภายใต้แคมเปญการตลาดอาทิ Amazing ยิ่งกว่าเดิม More Amazing เมืองรองต้องไป เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวสไตล์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวออกไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึมซับบรรยากาศชุมชน เรียนรู้อัตลักษณ์วัฒนธรรมของเมืองรอง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ กระจายรายได้ไปสู่เมืองอื่น ๆ และท้องถิ่นมากขึ้น

### 3.3 รายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรอง

ผลการศึกษาพบว่า มีงบประมาณลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองเฉลี่ย 2,144.08 ล้านบาทต่อปี สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 2 ล้านล้านบาทต่อปี โดยเมื่อสิ้นปี 2563 รายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่ารวม 0.79 ล้านล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมา จำนวน 1.94 ล้านล้านบาท ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการดำเนินมาตรการล็อกดาวน์ในแต่ละประเทศจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเมื่อสิ้นปี 2563 ลดลงจากปีที่ผ่านมาสูงถึง 71.06% โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 รายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรอง

พื้นที่ดำเนินการ	2560		2561		2562		2563		2564	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
<b>งบประมาณ (ล้านบาท)</b>	1,873.75	100.00	2,084.64	100.00	2,151.04	100.00	2,041.76	100.00	2,569.22	100.00
เมืองหลัก	1,150.51	61.40	1,325.44	63.58	1,343.40	62.45	1,257.06	61.57	1,522.43	59.26
เมืองรอง	723.24	38.60	759.20	36.42	807.64	37.55	784.71	38.43	1,046.79	40.74
<b>รายได้ท่องเที่ยว (ล้านบาท)</b>	2.47	100.00	2.75	100.00	2.73	100.00	0.79	100.00	-	-
เมืองหลัก	2.23	90.17	2.49	90.34	2.46	90.11	0.66	83.81	-	-
เมืองรอง	0.24	9.83	0.27	9.66	0.27	9.89	0.13	16.19	-	-

ที่มา: 1. เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 งบประมาณรายจ่ายฉบับปรับปรุงตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2560-2563 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 25 มกราคม 2564)

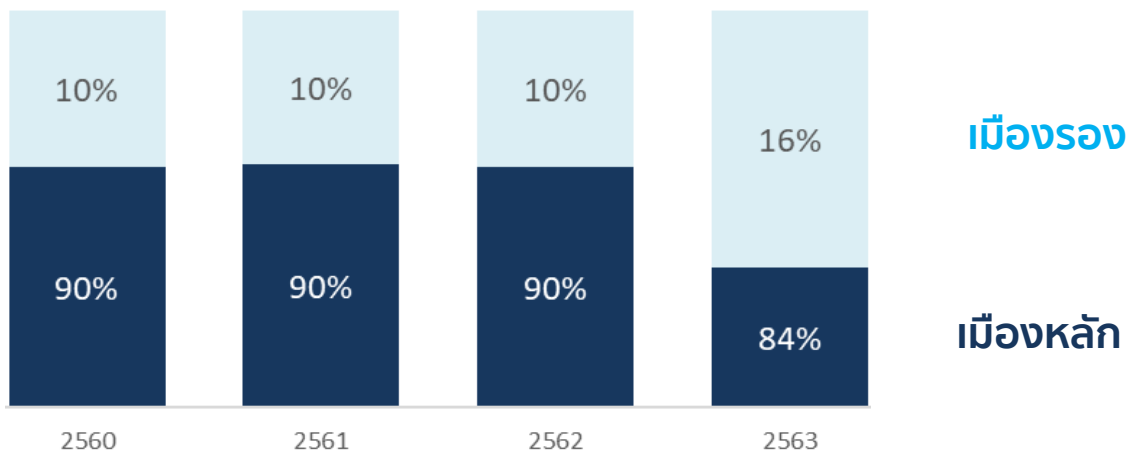
หมายเหตุ: 1. งบประมาณที่จัดสรรลงพื้นที่ของเมืองหลักและเมืองรอง เป็นงบประมาณเฉพาะงบลงทุน งบเงินอุดหนุน และงบรายจ่ายอื่นที่ระบุพื้นที่ดำเนินการไว้ในเอกสารงบประมาณ รวมกันแล้วประมาณ 36% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ส่วนที่เหลืออีก 47% เป็นงบประมาณด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และอีก 17% เป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานร่วมกับรายจ่ายอื่น ๆ

2. - หมายถึง ไม่มีข้อมูลหรือข้อมูลมีค่าเป็น 0 หรือมีข้อมูลจำนวนเล็กน้อย



### 3.3.1 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง

ผลการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรองในช่วงปี 2560 – 2563 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก คิดเป็นสัดส่วน 84 - 90% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ ขณะที่เมืองรองคิดเป็นสัดส่วน 10 - 16% โดยเมืองรองมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2563 กล่าวคือ สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง ในช่วงปี 2560- 2562 อยู่ที่ 90 : 10 เป็น 84 : 16 ในปี 2563



ภาพที่ 10 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง ปี 2560-2563

ที่มา: สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

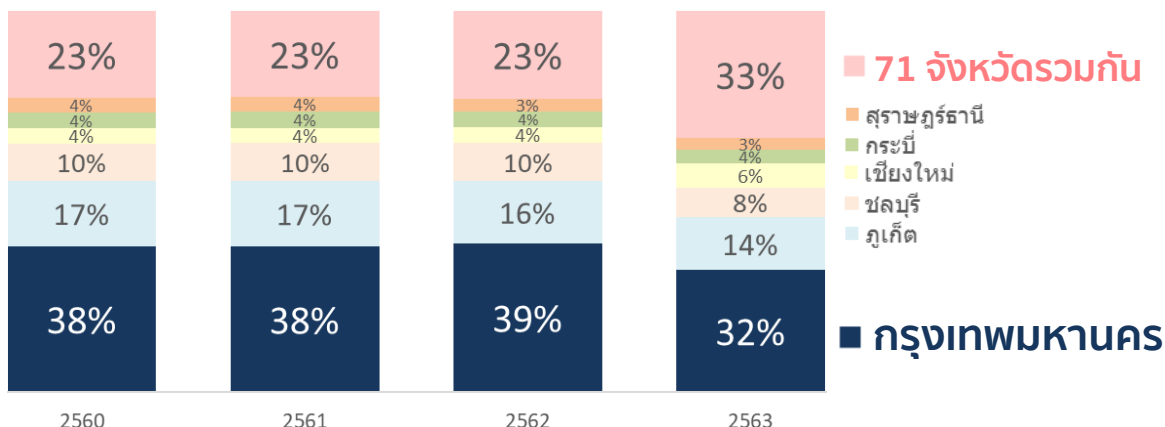
โดยเมื่อจำแนกสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรองเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดเมืองหลักที่มีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (-6.21%) ภูเก็ต (-3.43%) ชลบุรี (-1.85%) กระบี่ (-0.59%) สุราษฎร์ธานี (-0.67%) พังงา (-0.41%) สมุทรสาคร (-0.01%)

ส่วนเมืองรองที่มีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีจำนวน 54 จังหวัด ลดลง 1 จังหวัด คือ นครราชสีมา (-0.02%) และไม่เปลี่ยนแปลง 1 จังหวัด คือ หนองบัวลำภู

โดยมีข้อสังเกตว่า สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง ไม่ต่ำกว่า 30% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด และรายได้จากการท่องเที่ยวมีการกระจุกตัวอยู่เพียง 5 จังหวัดเท่านั้น ได้แก่ ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ กระบี่ และสุราษฎร์ธานี โดยเมื่อนำสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของ 5 จังหวัด นี้มารวมกัน พบว่า ในช่วงปี 2560 – 2563 มีสัดส่วนรวมกันสูงถึง 35-38% ขณะที่สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่น ๆ อีก 71 จังหวัดรวมกันแล้วอยู่ที่ 23% ในปี 2560 – 2562 โดยเพิ่มขึ้นเป็น 33% ในปี 2563



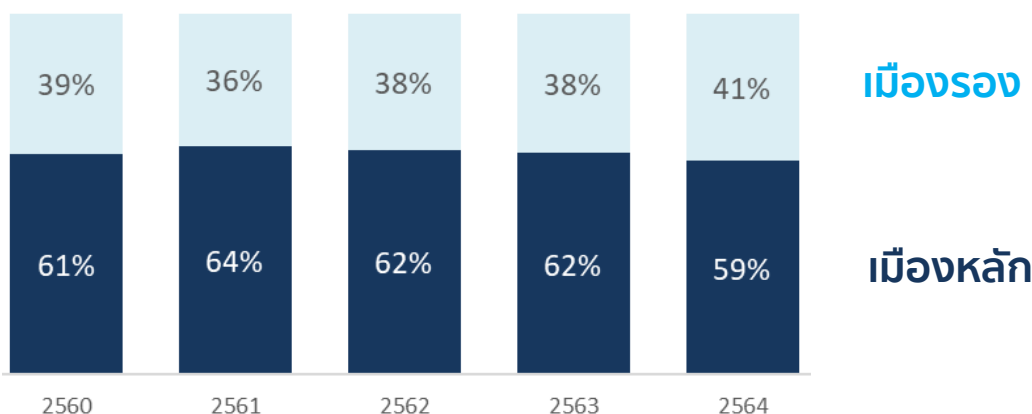
ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 11 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ กระบี่ สุราษฎร์ธานี และ 71 จังหวัด ที่มา: สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

### 3.3.2 งบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรอง

งบประมาณลงพื้นที่ที่เมืองหลักและเมืองรอง ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก คิดเป็นสัดส่วน 59 – 64% ขณะที่เมืองรองคิดเป็นสัดส่วน 36 – 41% โดยเมืองรองมีแนวโน้มที่จะมีงบประมาณลงพื้นที่ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ สัดส่วนงบประมาณในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรองในปี 2560 อยู่ที่ 61 : 39 เพิ่มขึ้นเป็น 59 : 41 ในปี 2564

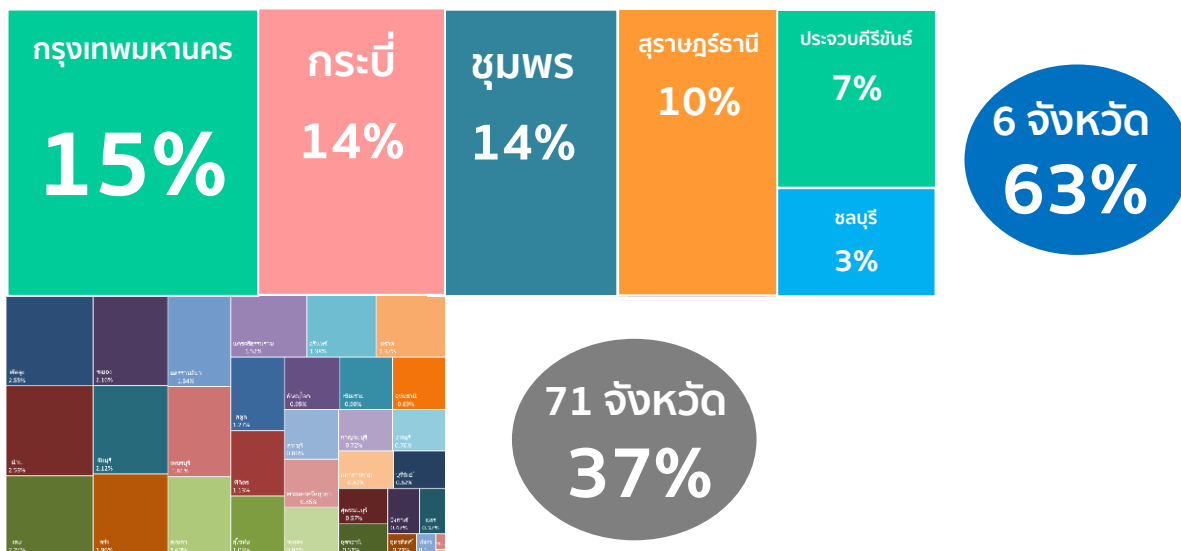


ภาพที่ 12 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่ที่เมืองหลักและเมืองรอง ที่มา: เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกงบประมาณลงพื้นที่ (Area) เป็นรายจังหวัด พบว่า สัดส่วนมีการกระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัดเท่านั้น เช่นในปีงบประมาณ 2564 สัดส่วนงบประมาณของกรุงเทพมหานคร กระบี่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ และชลบุรี มีสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่ 15% 14% 14% 10% 7% และ 3% ตามลำดับ โดยเมื่อรวมสัดส่วนงบประมาณของจังหวัดดังกล่าวนี้แล้วจะมีสัดส่วนรวมกันอยู่ที่ 63% ขณะที่สัดส่วนงบประมาณของจังหวัดอื่น ๆ อีก 71 จังหวัดรวมกันมีสัดส่วนอยู่ที่ 37%

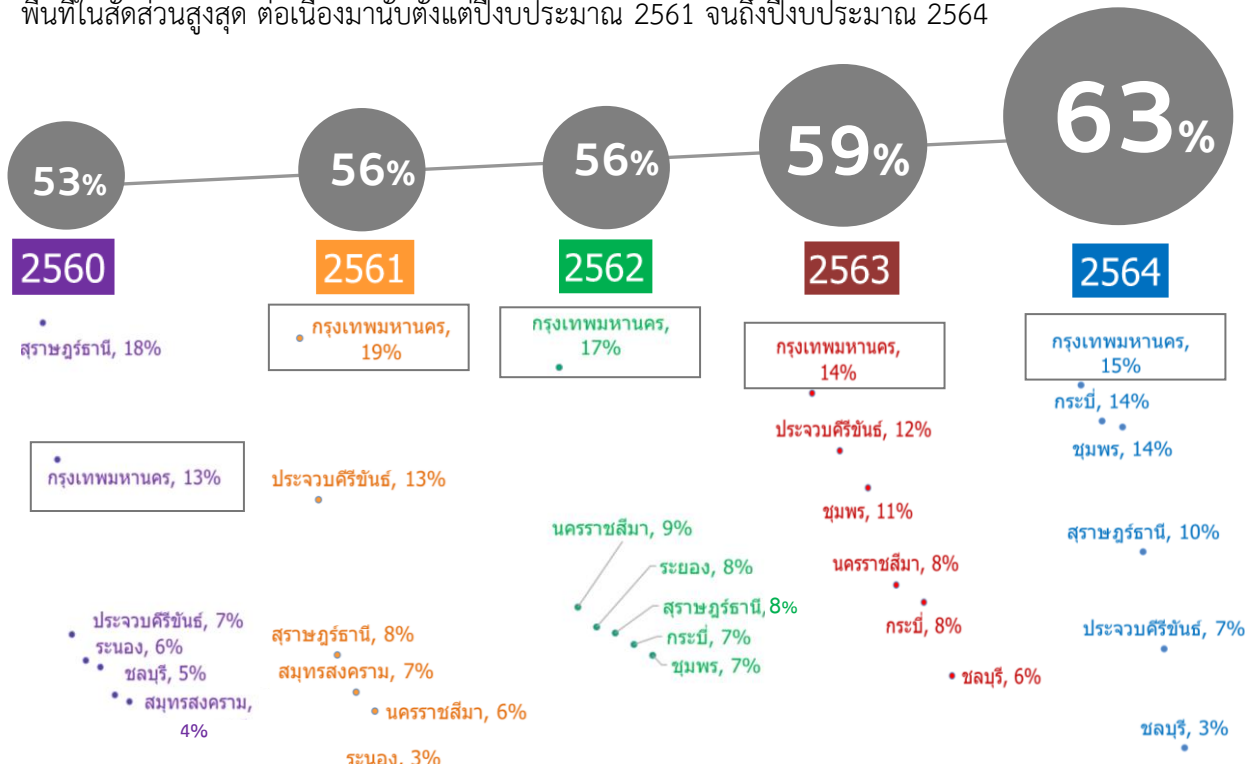


ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 13 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่รายจังหวัด แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2564  
ที่มา: เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่รายจังหวัดสูงสุด 6 อันดับแรก พบว่า สัดส่วนงบประมาณมีแนวโน้ม  
กระจุกตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและขยายตัวเกือบ 10 % ภายในเวลา 5 ปี จากปีงบประมาณ 2560 ที่มีสัดส่วน  
53% เพิ่มขึ้นเป็น 63% ในปีงบประมาณ 2564 นอกจากนี้ยังพบว่า จังหวัดกรุงเทพมหานครมีงบประมาณลง  
พื้นที่ในสัดส่วนสูงสุด ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2561 จนถึงปีงบประมาณ 2564



ภาพที่ 14 สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่รายจังหวัดสูงสุด 6 อันดับแรก ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2560-2564  
ที่มา: เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว



ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

3.3.3 ความต่อเนื่องของงบประมาณที่จัดสรรลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรอง

ความต่อเนื่องของงบประมาณที่จัดสรรลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรอง ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 พบว่า มีจังหวัดเมืองหลักและเมืองรองได้รับงบประมาณลงพื้นที่และไม่มีงบประมาณลงพื้นที่ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 5 ปี ดังต่อไปนี้

1) เมืองหลักและเมืองรองที่**มีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัด** ต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี มีดังนี้

- เมืองหลัก 8 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ กรุงเทพฯ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ระยอง นครราชสีมา และพระนครศรีอยุธยา

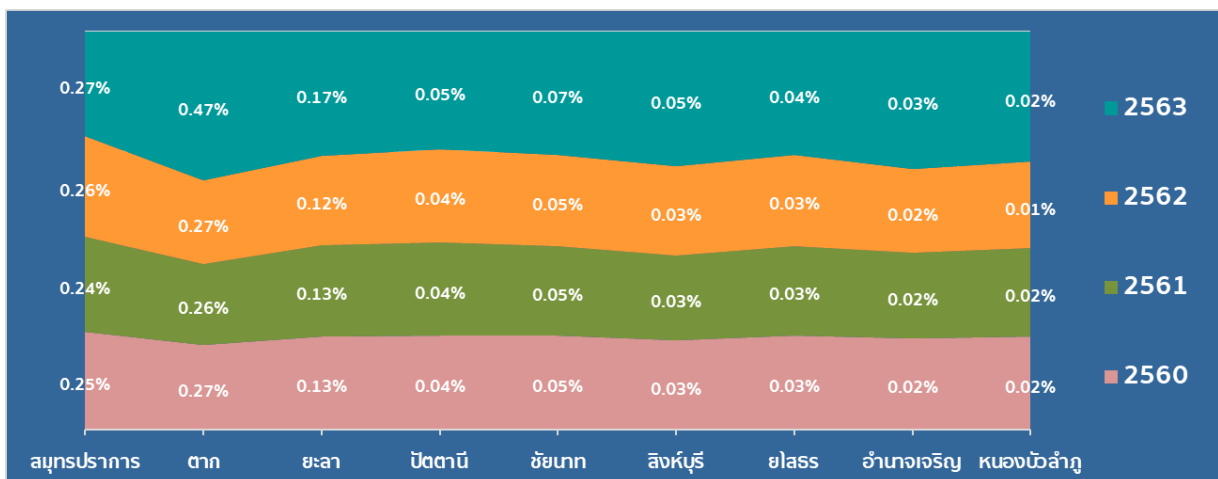
- เมืองรอง 9 จังหวัด ได้แก่ ตราด นครศรีธรรมราช ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง เลย สุโขทัย และน่าน

2) เมืองหลักและเมืองรองที่**ไม่มีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัด** ตลอดระยะเวลา 5 ปี มีดังนี้

- เมืองหลัก 1 จังหวัด คือ สมุทรปราการ

- เมืองรอง 8 จังหวัด ได้แก่ ตาก ยะลา ปัตตานี ชัยนาท สิงห์บุรี ยโสธร อำนาจเจริญ และหนองบัวลำภู

โดยผลสะท้อนจากการที่เมืองรองทั้ง 8 จังหวัด ได้แก่ ตาก ยะลา ปัตตานี ชัยนาท สิงห์บุรี ยโสธร อำนาจเจริญ และหนองบัวลำภู รวมไปถึงเมืองหลักอย่างจังหวัดสมุทรปราการ ไม่มีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัดเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลา 5 ปี ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะ 4 ปีที่ผ่านมาของจังหวัดดังกล่าวนี้ เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยไปจนถึงไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเลย นั่นคือ จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2563 เท่ากับปี 2560 และปี 2561 โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 0.02% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด



ภาพที่ 15 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ไม่มีรับงบประมาณลงพื้นที่ ในช่วงปี 2560-2563

ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

ที่มา : สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2560-2563 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง  
เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

โดยโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 มีจำนวน 9 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนงบประมาณแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 30% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็น “โครงการทางหลวงชนบทเพื่อการท่องเที่ยว” งบประมาณเฉลี่ย 1,084.95 ล้านบาทต่อปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 โครงการต่อเนื่อง 5 ปี ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

หน่วย : ล้านบาท

โครงการดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี	2560	2561	2562	2563	2564
โครงการทางหลวงชนบทเพื่อการท่องเที่ยว	1,082.78	860.67	929.71	1,164.52	1,387.05
โครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว	158.57	206.24	302.53	436.30	525.66
โครงการพัฒนาแหล่งศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยว	541.77	901.16	777.64	622.42	135.90
โครงการอนุรักษ์และพัฒนาพระราชวังบวรสถานมงคล (วังหน้า)	108.28	158.50	175.16	163.97	102.76
โครงการส่งเสริมและสร้างประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว	96.50	104.13	37.98	27.42	61.75
โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	46.45	50.96	63.60	51.75	56.17
โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน	82.32	127.51	137.85	52.34	31.48
โครงการส่งเสริมและพัฒนาต่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ	249.54	292.10	153.79	3.15	15.80
โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยา	18.87	18.53	17.59	14.87	12.51
<b>รวมงบประมาณ</b>	<b>2,385.08</b>	<b>2,719.80</b>	<b>2,595.85</b>	<b>2,536.74</b>	<b>2,329.09</b>
<b>งบประมาณแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b>	<b>5,251.86</b>	<b>8,550.57</b>	<b>8,560.27</b>	<b>6,801.24</b>	<b>6,774.93</b>
<b>สัดส่วนงบประมาณที่ดำเนินการต่อเนื่องต่องบประมาณแผนงานบูรณาการฯ</b>	<b>45.41%</b>	<b>31.81%</b>	<b>30.32%</b>	<b>37.30%</b>	<b>34.38%</b>

ที่มา : เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 ฉบับปรับปรุงตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในภาพรวมของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ทำให้พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายด้านการตลาด เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 3,478.02 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 47.44% ของงบประมาณแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยบลงทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างทางและสะพานเพื่อเชื่อมโยงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 15.83% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564

ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

รายการค่าใช้จ่าย	2560	2561	2562	2563	2564
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	37.89%	54.77%	51.11%	49.00%	44.42%
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง ในการก่อสร้างทางและสะพาน ค่าสำรวจออกแบบ ค่าควบคุมงาน ค่าจ้างที่ปรึกษา	20.62%	10.07%	10.86%	17.12%	20.47%
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน และรายจ่ายอื่น ๆ	16.70%	13.42%	18.57%	13.70%	21.20%
ค่าใช้จ่ายพัฒนาพื้นที่และปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงพื้นที่ชุมชน	3.02%	2.41%	3.53%	6.41%	7.76%
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง เพื่อบูรณะ อนุรักษ์ และพัฒนา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอจดหมายเหตุแห่งชาติ โบราณสถาน และวัด รวมทั้งการจัดแสดงนิทรรศการ	12.38%	12.39%	11.13%	11.56%	3.52%
ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและสร้างมูลค่าเครื่องหมายมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ศักยภาพชุมชน/ผู้ประกอบการ การยกระดับที่พักนักท่องเที่ยว และการจัดทำฐานข้อมูล	1.84%	1.22%	0.44%	0.40%	0.91%
ค่าก่อสร้างอาคารที่ทำการ อาคารที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติ	0.88%	0.60%	0.74%	0.76%	0.83%
ค่าใช้จ่ายในการจัดงานมหกรรมวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย	1.57%	1.49%	1.61%	0.77%	0.46%
ศึกษาออกแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการและสร้างเครือข่ายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.75%	3.42%	1.80%	0.05%	0.23%
ค่าใช้จ่ายในการจัดมหกรรมเปิดโลกธรณีวิทยา และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวภายในพื้นที่อุทยานธรณี	0.36%	0.22%	0.21%	0.22%	0.18%
<b>รวม</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : เอกสารงบประมาณฉบับที่ 3 งบประมาณรายจ่ายฉบับปรับปรุงตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2560-2564 เล่มที่ 14 (1) และเล่มที่ 18 (2) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว



## บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทสุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษา และได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

### 4.1 บทสรุป

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยและทั่วโลกได้รับผลกระทบโดยตรงจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกเติบโตลดลง อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ดังกล่าวเกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติ ไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางโครงสร้าง จึงคาดว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะกลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็วหลังจากที่รัฐบาลได้กำหนดแนวทางในการเปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนให้เดินทางท่องเที่ยวในในพื้นที่นาร่อง (Sealed route) ที่มีความพร้อมของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับภาพอนาคตฐาน (Baseline Future) ของการท่องเที่ยวไทยต่อจากนี้ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลายลง คาดว่า “นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากขึ้น” และเน้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหรือระดับภูมิภาคเป็นหลัก โดยเฉพาะในเมืองที่มีผู้คนกระจุกตัวอยู่ไม่มาก “การท่องเที่ยวภายในประเทศ” จึงถือเป็นตลาดสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์การฟื้นฟูท่องเที่ยวไทยทั้งระยะสั้นและระยะกลาง ส่วนแนวโน้มของการท่องเที่ยวระดับโลกได้มีการปรับทิศทางเข้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” จึงเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาว ซึ่งมีโอกาสที่จะสร้างการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องให้กับประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ “การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์” ถือได้ว่าเป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves) ที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับประเทศไทย ต่อจากนี้ รวมไปถึงกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทยที่มีทั้งความพร้อมของสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล และด้านความนิยมจากผู้คนทั่วโลก

ขณะเดียวกัน ภาครัฐก็ได้มีนโยบาย มาตรการและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างการรับรู้ของผู้คน (Brand Awareness) และกระตุ้นการเดินทางนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น โดยการขยายพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจาก 12 เมืองรองในปี 2558 เป็น 55 จังหวัดทั่วประเทศในปี 2561 ดังนั้น ปัจจัยที่จะเข้ามาช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองให้เพิ่มขึ้นต่อจากนี้ ตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์จึงถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ภาครัฐควรผลักดันให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Travel tech) เริ่มเข้ามามีบทบาท



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

สำคัญในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวทั่วโลกนิยมใช้ “เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มท่องเที่ยว” เพื่อการวางแผนท่องเที่ยวทุกขั้นตอนเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ Travel tech startup ในประเทศไทยมีจำนวนเพียง 10 ราย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วงของการระดมและเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรองสรุปสาระสำคัญเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1) ในช่วงปี 2560 - 2563 รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก และเมืองรองมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยในช่วงปี 2560 - 2562 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง อยู่ที่ 90 : 10 เพิ่มขึ้นเป็น 84 : 16 ในปี 2563

โดยเมื่อจำแนกสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรองเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดเมืองหลักที่มีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (-6.21%) ภูเก็ต (-3.43%) ชลบุรี (-1.85%) กระบี่ (-0.59%) สุราษฎร์ธานี (-0.67%) พังงา (-0.41%) สมุทรสาคร (-0.01%)

ขณะที่เมืองรองมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวน 54 จังหวัด จากทั้งหมด 55 จังหวัด โดยลดลงเพียง 1 จังหวัด คือ นราธิวาส (-0.02%) และไม่เปลี่ยนแปลง 1 จังหวัด คือ หนองบัวลำภู

โดยมีข้อสังเกตว่า แม้ว่าสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครจะลดลงกว่า 6.21% แต่จังหวัดกรุงเทพมหานครก็ยังเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้สูงสุดอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 30% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ขณะเดียวกันยังมีอีก 5 จังหวัดเมืองหลักที่มีรายได้ท่องเที่ยวกระจุกตัว ได้แก่ ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ กระบี่ และสุราษฎร์ธานี โดยเมื่อนำสัดส่วนรายได้ท่องเที่ยวของ 5 จังหวัดนี้มารวมกันพบว่า ในช่วงปี 2560 - 2563 มีสัดส่วนรวมกันสูงถึง 35-38% ขณะที่สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่น ๆ อีก 71 จังหวัดรวมกันแล้วอยู่ที่ 23% ในปี 2560 - 2562 โดยเพิ่มขึ้นเป็น 33% ในปี 2563

2) ในช่วงปีงบประมาณ 2560 - 2564 งบประมาณลงพื้นที่ (Area) เมืองหลักและเมืองรอง ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลัก ส่วนเมืองรองมีงบประมาณลงพื้นที่ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองในปีงบประมาณ 2560 อยู่ที่ 61 : 39 เพิ่มขึ้นเป็น 59 : 41 ในปีงบประมาณ 2564

เมื่อจำแนกสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่ (Area) เป็นรายจังหวัด พบว่า สัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่กระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัด และกระจุกตัวอยู่เพียง 6 อันดับแรกที่ได้รับงบประมาณสูงสุดในแต่ละปี โดยเมื่อนำสัดส่วนงบประมาณของจังหวัดที่ได้รับงบประมาณสูงสุด 6 อันดับแรกมารวมกัน พบว่า มีแนวโน้มกระจุกตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนรวมกันอยู่ที่ 53% ในปีงบประมาณ 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 63% ในปีงบประมาณ 2564 ซึ่งมีการขยายตัวเกือบ 10 % ภายในเวลา 5 ปี

โดยมีข้อสังเกตว่า จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่ติดอันดับ 1 ใน 6 จังหวัดที่มีงบประมาณลงพื้นที่สูงสุดทุกปี โดยได้รับงบประมาณลงพื้นที่มีสัดส่วนสูงสุดต่อเนื่อง 4 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2561 จนถึงปีงบประมาณ 2564



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

3) ความต่อเนื่องของงบประมาณ ในช่วงปีงบประมาณ 2560 – 2564 (5 ปี)

3.1) มีงบประมาณลงพื้นที่และไม่มีการมีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัดเมืองหลักและจังหวัดเมืองรองต่อเนื่องกันเป็นเวลา 5 ปี ดังต่อไปนี้

เมืองหลักและเมืองรองที่มีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัด ต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี มีดังนี้

- เมืองหลัก 8 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ กรุงเทพฯ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ระยอง นครราชสีมา และพระนครศรีอยุธยา
  - เมืองรอง 9 จังหวัด ได้แก่ ตรวาท นครศรีธรรมราช ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง เลย สุโขทัย และน่าน
- เมืองหลักและเมืองรองที่ไม่มีการมีงบประมาณลงพื้นที่จังหวัด ตลอดระยะเวลา 5 ปี มีดังนี้
- เมืองหลัก 1 จังหวัด คือ สมุทรปราการ
  - เมืองรอง 8 จังหวัด ได้แก่ ตาก ยะลา ปัตตานี ชัยนาท ลิงห์บุรี ยโสธร อำนาจเจริญ หนองบัวลำภู

3.2) โครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี มี 9 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนงบประมาณแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 30% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็น “โครงการทางหลวงชนบทเพื่อการท่องเที่ยว” งบประมาณเฉลี่ย 1,084.95 ล้านบาทต่อปี

4) ค่าใช้จ่ายในภาพรวมของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า งบประมาณส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายด้านการตลาด เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 3,478.02 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 47.44% ของงบประมาณแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยงบลงทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างทางและสะพานเพื่อเชื่อมโยงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 15.83% ของงบประมาณทั้งหมดภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวและงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ของเมืองหลักและเมืองรองสรุปได้ว่า “สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลักและบางจังหวัดในเมืองหลักเท่านั้น ขณะที่เมืองรองมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเป็นการเพิ่มขึ้นเกือบทุกจังหวัดเมืองรอง ส่วนงบประมาณลงพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวอยู่ที่เมืองหลักเป็นส่วนใหญ่ และกระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัดเท่านั้น โดยจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่ติดอันดับ 1 ใน 6 จังหวัดที่มีสัดส่วนงบประมาณลงพื้นที่สูงสุดทุกปี ขณะที่เมืองรองมีงบประมาณลงพื้นที่ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี ส่วนใหญ่เป็น “โครงการทางหลวงชนบทเพื่อการท่องเที่ยว” สำหรับค่าใช้จ่ายในภาพรวมของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายกว่าครึ่งหนึ่งของแผนงานนี้เป็นการใช้จ่ายเพื่อดำเนินการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวไทย โดยงบลงทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างทางและสะพานเพื่อเชื่อมโยงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว กล่าวสรุปโดยย่อได้ว่า “งบประมาณจากภาครัฐยังไม่ได้จัดสรรลงพื้นที่เมืองรองอย่างทั่วถึงแต่กระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัดในเมืองหลักเท่านั้น นี่ถือเป็นประเด็นสำคัญในรายงานเล่มนี้”



## 4.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาบริบทการท่องเที่ยว มาตรการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง รายได้จากการท่องเที่ยว และงบประมาณลงพื้นที่ (Area) ร่วมกับการทำ Data Analytics มาใช้เป็นหลักในการช่วยตัดสินใจแนวทางหรือวิเคราะห์แนวโน้มของการท่องเที่ยว เพื่อให้การส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ควรจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดเมืองหลักลงไปในพื้นที่จังหวัดเมืองรองเพื่อพัฒนากิจกรรมที่เชื่อมต่อระหว่างต้นทางถึงปลายทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างของศักยภาพเมืองรอง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเกิดความยั่งยืน ทั้งนี้ การส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองด้วยการจัดสรรงบประมาณลงไปในพื้นที่เมืองรองเพื่อพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวนั้นอาจยังไม่เพียงพอจำเป็นต้องมีการออกแบบและวางแผนการพัฒนาเมืองรองแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีการศึกษาศักยภาพและวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองแต่ละเมือง โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้ทราบหากต้องจัดสรรงบประมาณลงพื้นที่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการท่องเที่ยวในเมืองรองแล้ว ควรเป็นการลงทุนพัฒนาในด้านใด ซึ่งจะนำไปสู่การจัดสรรงบประมาณที่ตรงกับปัญหาพื้นฐานของเมืองรองแต่ละเมืองที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการดำเนินการทางด้านอุปทานของการท่องเที่ยว (Supply Side) ทั้งการสร้างสิ่งดึงดูดใจทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และบริการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินการทางด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Demand Side) ซึ่งได้มีการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองหลายเมืองนำหน้าไปแล้วในช่วงที่ผ่านมา ตัวอย่างพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการศึกษาศักยภาพของพื้นที่โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ร่วมมือกันวางแผนและออกแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานธรณีโลก (Global Geoparks) และพื้นที่สงวนชีวมณฑล (Biosphere Reserves) เป็นต้น ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยใช้กระบวนการจากล่างขึ้นบนภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่เป็นทั้งนักวิจัยและผู้ประกอบการในเวลาเดียวกัน โดยชุมชนสามารถจัดการกับทรัพยากรของชุมชนได้ด้วยข้อตกลงที่พวกเขามีส่วนร่วมจัดทำและพัฒนาแผนบริหารจัดการที่ทำให้เกิดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การจ้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวหรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ

2) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่โดยบูรณาการการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น โดยควรศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนา ประสานการดำเนินงาน



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

และการติดตามประเมินผลการพัฒนาฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยควรศึกษาในประเด็น “การสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยว” เพื่อกระจายความนิยมและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น ผู้ศึกษาขอเสนอตัวอย่างเส้นทางการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เพื่อสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรองในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้ เริ่มต้นที่เมืองหลักที่มีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สัมพันธ์กับเอกลักษณ์สถานที่ทางประวัติศาสตร์ คือ จังหวัดเพชรบุรี เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี ถ้ำเขาหลวง และพระราชวังรามราชนิเวศน์ แล้วเดินทางต่อไปยังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีชายหาดหัวหินเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี เกาะทะลุซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์อนุบาลเต่ากระและรักษาระบบนิเวศทางทะเล รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างพระราชวังไกลกังวล และถ้ำพระยานคร จากนั้นเดินทางต่อมาที่เมืองรอง คือ จังหวัดชุมพร ที่มีจุดเด่นด้านวิถีชีวิตชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่มีปะการังสีส้มสดใสและสัตว์ทะเลนานาชนิดอย่างเกาะร้านเป็ด เกาะร้านไก่ รวมทั้งมีที่พักโฮมสเตย์ในบรรยากาศเรียบง่ายของหมู่บ้านชาวประมงเป็นจุดดึงดูดความสนใจ และเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเนินทรายงาม (Sand Dune) แล้วเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองที่เป็นเมืองสุขภาพน่านอง คือ จังหวัดระนอง ที่มีจุดเด่นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีบ่อน้ำร้อนสาธารณะรักษะวาริน แหล่งสปา น้ำพุร้อนที่มีคุณภาพสูง และเส้นทางปั่นจักรยานที่สวยงาม

3) ควรพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดผู้พำนักระยะยาวของกลุ่มประชากรโลกที่มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้าสู่เมืองรองมากขึ้น โดยควรให้ความสำคัญในการพัฒนาสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองให้มีมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) มากขึ้น ในช่วงที่ประเทศมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับการฉีดวัคซีนแล้วในพื้นที่ Sandbox 5 จังหวัด ถือได้ว่าเป็นช่วงของการพลิกโฉมเป็นโอกาสของเมืองรองที่จะได้มีเวลาเตรียมความพร้อมมากขึ้นในการวางบทบาทใหม่ของการท่องเที่ยวในเมืองรองที่มีศักยภาพ อาทิ เมืองสุขภาพและเมืองสมุนไพรน่านองให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อดึงดูดผู้พำนักระยะยาวของกลุ่มประชากรโลกที่มีความมั่งคั่งสูง โดยควรเร่งยกระดับสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพของเมืองรองให้ดำเนินการเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ส่วนหน่วยงานที่ให้มาตรฐานก็ควรเร่งดำเนินการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาศักยภาพหน่วยตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวให้มีทักษะเป็นไปตามหลักเกณฑ์แนวทางที่กำหนด การจูงใจให้สถานประกอบการเร่งขอรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รวมถึงการกำหนดแนวทางการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพให้มีความชัดเจนมากขึ้น



## บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงฉบับที่ 335 (พ.ศ. 2561) ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร. (2561, 10 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 25. หน้า 1-3.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561, 6 กุมภาพันธ์). มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชน. ใน พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา (ประธาน), *คณะรัฐมนตรี*. การประชุมคณะรัฐมนตรี ครั้งที่ 1/2561, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). แนวคิดว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development). ใน กลุ่มนโยบายและแผน กองยุทธศาสตร์ (บ.ก.), *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* (น. 3-2-3-15). (ม.ป.ท.)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย. *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 1(4), 6-23.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564, 26 มกราคม). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560-2563 (Tourism Statistics 2017-2020)*. [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=411](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411)
- คมกริช ณะแพทย์ และคณะ. (2563, 14 พฤษภาคม). IMMUNITISED, HIGH TOUCH, HIGH TRUST: พื้นเมืองท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนด้วยการปลูกภูมิคุ้มกันเชิงพื้นที่ เสริมระดับการบริการ และสร้างความเชื่อถือนระยะยาว. *The Urbanis by UDDC*. <https://theurbanis.com/economy/14/05/2020/1471>
- คม คัมภีรานนท์. (2562). *การวิจัยเชิงนโยบายเพื่อสร้างการเติบโตให้กับเศรษฐกิจไทยด้วย Smart Tourism*. ม.ป.ท. [https://elibrary.trf.or.th/project\\_content.asp?PJID=SRI6151203](https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=SRI6151203)
- ทวิตา กมลเวช ศิญาณี ทิรัฐสาตี และศิริรักษ์ สิงหเสม. (2562). *การศึกษามหาวิทยาลัยในการบริหารการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤติของประเทศไทย*. ม.ป.ท. [http://elibrary.trf.or.th/project\\_content.asp?PJID=RDG61T0107](http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG61T0107)
- บัณฑิต ชัยวิชญชาติ. (2561). *การประเมินรายได้รั่วไหลทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลด้านการกระจายรายได้*. ม.ป.ท. [http://elibrary.trf.or.th/project\\_content.asp?PJID=RDG61T0106](http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG61T0106)
- ประกาศเรื่องยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. (2561, 13 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 82. หน้า 1.
- ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอันเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 พ.ศ. 2564-2565. (2563, 30 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 137 ตอนพิเศษ 305. หน้า 3.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อั่นทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, และ นุกูล เครือฟู. (2556). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว Tourism Economics*. ล็อกอินดีไซน์เวิร์ค.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. (2556). *แผนงานโครงการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง*. ม.ป.ท. <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/300872>
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. (2562). *แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0*. ม.ป.ท. <https://opac.kku.ac.th/catalog/Bibltem.aspx?BibID=464718>



## ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2564, 12 มีนาคม). *อนาคตฐาน “ท่องเที่ยวไทย” หลังโควิด*. กรุงเทพฯธุรกิจ.  
<https://www.bangkokbiznew.com/news/detail/926948>
- รัฐภูมิ ตูจินดา และคณะ. (2559). *การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม  
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัด  
กระบี่*. ม.ป.ท. [https://elibrary.trf.or.th/project\\_content.asp?PJID=RDG5750083](https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5750083)
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC). (2560, 29 พฤศจิกายน). *Travel Tech โอกาสของ startup ไทย*.  
[https://www.scbeic.com/th/detail/file/Note\\_TH\\_travel-techstartup\\_20171129.pdf](https://www.scbeic.com/th/detail/file/Note_TH_travel-techstartup_20171129.pdf)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว. (2561). *โครงการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism  
Satellite Account : TSA)*. ม.ป.ท. <https://www.mots.go.th/download/201902180357.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมภายใต้  
ภารกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2561-2565*. ม.ป.ท.  
[https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20181127103935.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20181127103935.pdf)
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2562). *ข้อเสนอ BCG in  
Action: The New Sustainable Growth Engine โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน*. ม.ป.ท.  
[https://www.nxpo.or.th/th/wp-content/uploads/2020/03/BCG-in-action\\_Final-V16.pdf](https://www.nxpo.or.th/th/wp-content/uploads/2020/03/BCG-in-action_Final-V16.pdf)
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2564, 1 มิถุนายน). *คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ  
พ.ศ. 2565 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อสภาผู้แทนราษฎร*. รัฐบาลไทย.  
<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/42246>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์. (2562, 17 กุมภาพันธ์). *ชาวกาฬสินธุ์รำวงสรวงพระธาตุยาคู  
งาน “มาชมปุรมี ทวาราวดีมิ่งหล้า เมืองฟ้าแดดสงยาง”* [ทะเลจืดอีสาน].  
<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG190217143033000>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). *เกณฑ์การท่องเที่ยว  
อย่างยั่งยืนโลก (GSTC)*. บริษัทโคคูนแอนดีโค จำกัด.
- อภิวัฒน์ รัตนวราหะ, คมกริช ธนะแพทย์. (2562). *แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับ  
ประเทศไทย 4.0: กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง*. ม.ป.ท.  
[http://www.cuurp.org/uploads/2019/09/รายงานฉบับสมบูรณ์-โครงการย่อย-2-FINAL\\_1.pdf](http://www.cuurp.org/uploads/2019/09/รายงานฉบับสมบูรณ์-โครงการย่อย-2-FINAL_1.pdf)
- อี.เอฟ.ซูเมกเกอร์. (2017). *Small is Beautiful* [มนุษย์คือชีวิตเล็ก ๆ ที่งดงาม] (พิมพ์ครั้งที่ 3). สมิต.
- อัครพงศ์ อ้นทอง และคณะ. (2561). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปสงค์ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน (ปีที่ 2:  
ผลกระทบจากการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย)*. ม.ป.ท.  
[https://elibrary.trf.or.th/project\\_content.asp?PJID=RDG5950127](https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5950127)



- Ben Doherty. (2020, April 18). *The exit strategy: how countries around the world are preparing for life after Covid-19*. The Guardian.  
<https://www.theguardian.com/world/2020/apr/19/the-exit-strategy-how-countries-around-the-world-are-preparing-for-life-after-covid-19>
- Global Wellness Institute Global. (2018). *Global Wellness Tourism Economy, November 2018*. n.p.  
<https://www.globalwellnessinstitute.org>
- Google. (2019, March). *Thailand digital readiness* [presentation]. Google Cxo Breakfast 2019, Bangkok.
- Hootsuite. (2021). *Digital 2021 Report*. n.p. <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2021>
- Lankford, S.V. and Howard, D.R. (1994). *Developing a tourism impacts attitude scale*. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- The World Tourism Organization. (2020, April 1). *UNWTO LAUNCHES A CALL FOR ACTION FOR TOURISM'S COVID-19 MITIGATION AND RECOVERY*.  
<https://www.unwto.org/news/unwto-launches-a-call-for-action-for-tourisms-covid-19-mitigation-and-recovery>
- World Health Organization. (2020, March 31). *Operational considerations for COVID-19 management in the accommodation sector*.  
<https://www.who.int/iris/bitstream/handle/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.1-eng.pdf>
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Techsauce. (2019). *Thailand Tech Startup Ecosystem Report 2019*. n.p.  
<https://www.techsauce/thailand-tech-startup-ecosystem-report-2019-by-techsauce>
- The Economist Intelligence Unit. (2020). *COVID-19: The impact on industry*. n.p.  
<https://www.incae.edu/sites/default/files/coronavirus-report-v4-1.pdf>
- Thaiger Medical. (2020, February 5). *Thailand Medical Tourism, 2020: Reviewed*. TheThaiger.  
<https://thethaiger.com/medical/thailand-medical-tourism-2020-reviewed>
- Untong, A., Kaosa-ard, M., Ramos, V., Sangkakorn, K. and Rey-Maqueira, J. (2010, July 13-16). *Factors Influencing Local Resident Support for Tourism Development: A Structural Equation Model* [Paper]. 16th Asia Pacific Tourism Association (APTA) Annual Conference, Macau.
- The World Travel & Tourism Council. (2020). *The To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. n.p. <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>



# ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

## ภาคผนวก

งบประมาณลงพื้นที่ (Area) เมืองหลักและเมืองรอง และรายได้จากการท่องเที่ยว จำแนกรายจังหวัด

พื้นที่ดำเนินการ	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร (ล้านบาท)										รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)									
	2560		2561		2562		2563		2564		2560		2561		2562		2563			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
กรุงเทพมหานคร	244.05	13.02%	393.92	18.90%	376.19	17.49%	276.08	13.52%	393.97	15.33%	947,946.30	38.36%	1,051,118.51	38.18%	1,067,813.76	39.14%	254,740.16	32.14%		
ภูเก็ต			17.75	0.85%	6.94	0.32%					423,012.85	17.12%	477,324.35	17.34%	442,890.67	16.24%	108,463.53	13.69%		
ชลบุรี	102.21	5.45%	57.74	2.77%	96.21	4.47%	117.15	5.74%	85.44	3.33%	240,610.45	9.74%	272,435.77	9.90%	276,328.34	10.13%	62,499.43	7.89%		
กระบี่	28.30	1.51%	25.87	1.24%	158.02	7.35%	158.23	7.75%	363.27	14.14%	105,029.06	4.25%	118,676.13	4.31%	112,055.50	4.11%	29,031.66	3.66%		
เชียงใหม่	44.31	2.36%	37.38	1.79%	9.15	0.43%	18.50	0.91%			99,070.42	4.01%	108,012.95	3.92%	110,670.33	4.06%	49,841.03	6.29%		
สุราษฎร์ธานี	337.58	18.02%	162.97	7.82%	166.78	7.75%	95.09	4.66%	252.19	9.82%	92,228.01	3.73%	104,503.71	3.80%	94,287.12	3.46%	24,242.61	3.06%		
สงขลา	5.46	0.29%			1.50	0.07%			41.00	1.60%	59,831.77	2.42%	68,097.42	2.47%	66,365.52	2.43%	22,870.56	2.89%		
พัทลุง	26.96	1.44%	46.84	2.25%	33.10	1.54%			3.60	0.14%	46,758.39	1.89%	51,914.75	1.89%	51,704.82	1.90%	11,728.56	1.48%		
ประจวบคีรีขันธ์	124.85	6.66%	275.97	13.24%	63.23	2.94%	243.83	11.94%	170.03	6.62%	39,714.82	1.61%	42,987.75	1.56%	42,392.63	1.55%	18,020.81	2.27%		
ระยอง	40.42	2.16%	52.09	2.50%	171.59	7.98%	85.53	4.19%	55.49	2.16%	33,811.36	1.37%	37,023.96	1.34%	37,081.19	1.36%	12,563.29	1.59%		
เพชรบุรี	12.00	0.64%	16.32	0.78%			33.00	1.62%	46.60	1.81%	29,413.34	1.19%	31,652.99	1.15%	31,034.39	1.14%	14,423.82	1.82%		
กาญจนบุรี	15.00	0.80%	34.85	1.67%					18.50	0.72%	24,440.77	0.99%	27,138.35	0.99%	27,883.92	1.02%	15,211.00	1.92%		
นครราชสีมา	78.97	4.21%	122.29	5.87%	187.31	8.71%	168.31	8.24%	47.40	1.84%	21,749.72	0.88%	25,340.99	0.92%	24,744.10	0.91%	12,674.79	1.60%		
พระนครศรีอยุธยา	55.00	2.94%	65.51	3.14%	70.36	3.27%	30.00	1.47%	21.72	0.85%	16,901.48	0.68%	18,718.90	0.68%	19,153.92	0.70%	6,154.01	0.78%		
ขอนแก่น									1.22	0.05%	15,608.33	0.63%	17,017.80	0.62%	18,111.28	0.66%	8,689.66	1.10%		
สระบุรี									22.00	0.86%	6,470.82	0.26%	6,855.35	0.25%	6,810.88	0.25%	2,342.58	0.30%		
สมุทรปราการ											6,144.65	0.25%	6,656.34	0.24%	7,010.03	0.26%	2,116.33	0.27%		
นครปฐม	18.58	0.99%	3.94	0.19%							5,549.04	0.22%	6,014.59	0.22%	6,201.88	0.23%	2,244.36	0.28%		
ฉะเชิงเทรา	11.22	0.60%	2.03	0.10%							4,655.55	0.19%	5,007.28	0.18%	5,085.78	0.19%	2,751.90	0.35%		
นนทบุรี	1.50	0.08%	10.00	0.48%	3.01	0.14%					3,963.09	0.16%	4,368.99	0.16%	4,656.42	0.17%	1,848.10	0.23%		
ปทุมธานี							31.34	1.54%			3,172.61	0.13%	3,443.06	0.13%	3,470.34	0.13%	1,079.93	0.14%		
สมุทรสาคร	4.08	0.22%									2,478.32	0.10%	2,648.22	0.10%	2,488.74	0.09%	692.74	0.09%		
เชียงราย	48.12	2.57%	30.93	1.48%			24.00	1.18%	23.00	0.90%	26,053.86	1.05%	28,548.43	1.04%	29,291.71	1.07%	14,949.55	1.89%		
ตราด	26.81	1.43%	54.38	2.61%	25.06	1.17%	8.00	0.39%	35.13	1.37%	17,498.73	0.71%	19,126.15	0.69%	19,713.73	0.72%	8,125.76	1.03%		
นครศรีธรรมราช	39.97	2.13%	54.84	2.63%	51.27	2.38%	88.36	4.33%	39.09	1.52%	15,609.04	0.63%	17,136.46	0.62%	15,996.00	0.59%	8,217.73	1.04%		
สุพรรณบุรี	1.50	0.08%	12.33	0.59%	22.80	1.06%			13.00	0.51%	9,892.51	0.40%	10,786.68	0.39%	11,425.46	0.42%	5,692.13	0.72%		
ศรีสะเกษ	58.69	3.13%	8.11	0.39%	55.70	2.59%	33.20	1.63%	50.28	1.96%	9,028.01	0.37%	9,916.29	0.36%	9,561.35	0.35%	4,007.10	0.51%		
สตูล	14.50	0.77%	2.50	0.12%	13.00	0.60%	60.40	2.96%	32.67	1.27%	8,168.70	0.33%	9,101.47	0.33%	9,239.11	0.34%	4,845.47	0.61%		
พิษณุโลก	7.93	0.42%	6.01	0.29%	42.18	1.96%			24.37	0.95%	7,904.34	0.32%	8,477.09	0.31%	8,555.02	0.31%	4,593.99	0.58%		
พิจิตร	28.90	1.54%			22.00	1.02%	75.50	3.70%	54.39	2.12%	7,628.47	0.31%	8,469.45	0.31%	8,713.84	0.32%	4,010.67	0.56%		
อุตรราชธานี	7.94	0.42%	17.10	0.82%							7,375.12	0.30%	7,990.17	0.29%	7,997.57	0.29%	3,415.85	0.43%		
อุบลราชธานี	22.95	1.22%	55.57	2.67%	149.37	6.94%	222.77	10.91%	358.21	13.94%	6,915.88	0.28%	7,618.27	0.28%	7,535.61	0.28%	2,685.56	0.34%		
เพชรบูรณ์	1.95	0.10%									7,101.23	0.29%	7,556.40	0.27%	7,680.85	0.28%	4,288.18	0.54%		
นครนายก	14.85	0.79%									6,844.21	0.28%	7,497.85	0.27%	7,658.97	0.28%	4,064.63	0.51%		
ตาก											6,604.26	0.27%	7,131.48	0.26%	7,293.47	0.27%	3,745.06	0.47%		
สระแก้ว	10.00	0.53%	24.85	1.19%							6,306.25	0.26%	6,851.85	0.25%	6,761.14	0.25%	3,007.78	0.38%		
สุโขทัย									18.00	0.70%	5,304.47	0.21%	5,816.17	0.21%	5,750.92	0.21%	2,326.88	0.29%		
หนองคาย	15.00	0.80%	3.93	0.19%	4.00	0.19%	2.75	0.13%			5,152.84	0.21%	5,631.15	0.20%	5,675.58	0.21%	2,559.44	0.32%		
สุพรรณบุรี			26.25	1.26%	8.00	0.37%	30.67	1.50%	14.57	0.57%	5,207.53	0.21%	5,607.03	0.20%	5,717.25	0.21%	2,587.40	0.33%		
ปราจีนบุรี	10.00	0.53%	53.22	2.55%			10.20	0.50%			4,604.73	0.19%	5,076.64	0.18%	5,299.25	0.19%	2,566.97	0.32%		
แม่ฮ่องสอน	44.15	2.36%			15.00	0.70%					4,662.95	0.19%	4,980.71	0.18%	5,303.86	0.19%	2,515.88	0.32%		
ระนอง	106.76	5.70%	72.56	3.48%	30.46	1.42%	97.56	4.78%	21.54	0.84%	4,311.07	0.17%	4,706.13	0.17%	4,464.18	0.16%	1,393.48	0.18%		
เลย	32.12	1.71%	44.90	2.15%	39.60	1.84%	43.00	2.11%	57.66	2.24%	4,152.59	0.17%	4,578.44	0.17%	4,660.38	0.17%	2,507.84	0.32%		
สุพรรณบุรี	13.98	0.75%	1.30	0.06%	5.60	0.26%			16.00	0.62%	2,739.20	0.11%	4,246.95	0.15%	4,703.95	0.17%	1,828.40	0.23%		
ลำปาง	0.10	0.01%	2.41	0.12%	18.35	0.85%					3,773.95	0.15%	4,202.99	0.15%	4,351.57	0.16%	2,305.91	0.29%		
ราชบุรี							0.50	0.02%			3,781.35	0.15%	4,197.69	0.15%	4,406.94	0.16%	2,344.14	0.30%		
นครสวรรค์	48.37	2.58%	25.83	1.24%	25.40	1.18%					3,641.46	0.15%	3,899.68	0.14%	3,981.20	0.15%	2,005.30	0.25%		
สุโขทัย	14.00	0.75%	25.15	1.21%	32.44	1.51%	25.50	1.25%	26.51	1.03%	3,510.33	0.14%	3,717.76	0.14%	3,886.93	0.14%	1,830.90	0.23%		
พิจิตร	7.38	0.39%	29.50	1.42%	21.00	0.98%			65.50	2.55%	3,155.92	0.13%	3,489.08	0.13%	3,423.81	0.13%	1,359.70	0.17%		
นุกาดินาร					0.96	0.04%					3,172.22	0.13%	3,469.10	0.13%	3,583.74	0.13%	1,390.37	0.18%		
ยะลา											3,145.57	0.13%	3,443.17	0.13%	3,340.55	0.12%	1,341.29	0.17%		
นราธิวาส					15.00	0.70%					2,888.53	0.12%	3,137.67	0.11%	3,170.56	0.12%	780.11	0.10%		
สุรินทร์			19.69	0.94%	25.99	1.21%			35.50	1.38%	2,675.90	0.11%	3,026.05	0.11%	3,167.90	0.12%	1,473.13	0.19%		
สมุทรสงคราม	83.54	4.46%	136.01	6.52%							2,736.69	0.11%	3,011.82	0.11%	3,081.41	0.11%	1,724.45	0.22%		
น่าน	13.28	0.71%	7.02	0.34%	39.96	1.86%	38.01	1.86%	64.97	2.53%	2,462.93	0.10%	2,666.09	0.10%	2,723.91	0.10%	1,559.54	0.20%		
สุคนคร	1.50	0.08%	14.13	0.68%	22.01	1.02%	8.28	0.41%			2,137.13	0.09%	2,333.98	0.08%	2,476.93	0.09%	1,305.86	0.16%		
อุตรดิตถ์			0.94	0.04%					5.27	0.21%	2,071.57	0.08%	2,206.06	0.08%	2,240.80	0.08%	1,171.51	0.15%		
ชัยภูมิ			1.00	0.05%							2,043.97	0.08%	2,202.45	0.08%	2,203.12	0.08%	949.70	0.12%		
นครพนม	15.00	0.80%	7.67	0.37%	31.94	1.48%					1,908.82	0.08%	2,106.51	0.08%	2,182.03	0.08%	1,182.71	0.15%		
ศรีสะเกษ	4.00	0.21%			40.00	1.86%					1,959.43	0.08%	2,084.02	0.08%	2,166.39	0.08%	1,083.91	0.14%		
แพร่																				



สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา  
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร  
[www.parliament.go.th/pbo](http://www.parliament.go.th/pbo)

**PBO วิเคราะห์งบประมาณอย่างมืออาชีพ เป็นกลาง และสร้างสรรค์**