



วิจัยปริทัศน์

(Research Review Article)

ฉบับที่ 45 เดือนเมษายน 2567

การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง



กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร



การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง

นารีลักษณ์ ศิริวรรณ*

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม นอกจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลักแล้ว ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับเมืองท่องเที่ยวหลักด้วย คือ เมืองท่องเที่ยวรองหรือการท่องเที่ยวในระดับเมืองรอง ซึ่งประเทศไทยมีเมืองรองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 55 จังหวัด ได้แก่ ภาคเหนือ 16 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก 12 จังหวัด และภาคใต้ 9 จังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ไม่ต่างกับเมืองหลัก เพื่อเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนไปสู่ชุมชนและพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเมืองรอง แต่เป็นการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ในภาพรวมของ 55 จังหวัดเมืองรอง ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองควรดำเนินการแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ Micro Tourism (การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ) 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบค้างคืนเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ (Experience-based Overnight Tourism) และ 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัด (Tourism Cluster) สำหรับองค์ประกอบที่ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองรองประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละเมือง อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มาตรฐานที่พักอาศัย การคมนาคม ความเข้มแข็งของผู้นำและความพร้อมของคนในชุมชน โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง เช่น (1) พัฒนาและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวตลอดเส้นทางอย่างครบวงจรด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่หลากหลายและการสื่อสารที่น่าสนใจ แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัส เรียนรู้และลงมือทำ (2) จัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อพัฒนากิจกรรมที่เชื่อมต่อระหว่างต้นทางหรือปลายทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างทางศักยภาพของเมืองรอง (3) เชื่อมโยงและบริหารจัดการระบบคมนาคมทุกประเภทให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ด้วยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงเครือข่ายพันธมิตรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (4) ประเมินความพร้อมของเมืองรองด้านการตลาดโดยการประเมินศักยภาพชุมชน จากการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และ (5) ทบทวนและปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริบทปัจจุบันและความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการลงทุนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฯลฯ

*ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ



บทนำ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง วางรากฐานด้านการท่องเที่ยวที่เน้นมาตรฐาน และคุณภาพระดับสากล สิ่งสำคัญที่สุด คือ การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายให้เกิดความปลอดภัยและไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบการกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย

นอกจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลักแล้ว ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับเมืองท่องเที่ยวหลักด้วย คือ เมืองท่องเที่ยวรองหรือการท่องเที่ยวในระดับเมืองรอง เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีการค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวเมืองท่องเที่ยวรอง จึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองหรือการท่องเที่ยวระดับเมืองรองให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มความสนใจพิเศษที่จะมีมากขึ้นให้เหมาะกับกำลังรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว (Carrying Capacities) ที่จะเข้ามาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวที่จะตามมา และเพื่อให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้นำไปสู่การท่องเที่ยวระดับประเทศ รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้ยั่งยืนเพื่อป้องกันไม่ให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเสื่อมโทรมจากผลกระทบของการเข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ภายใต้เงื่อนไขที่จะทำอะไรให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในเมืองท่องเที่ยวให้นานขึ้นและมีการใช้จ่ายมากขึ้น

นโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองของรัฐบาลเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปทั่วประเทศให้มากขึ้น ไม่กระจุกตัวเฉพาะเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องจนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้การท่องเที่ยวแทบทุกส่วนต้องหยุดชะงักไป แต่ช่วงหลายเดือนที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันที่สถานการณ์โควิด 19 คลี่คลายลง รัฐบาลเปิดประเทศและผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคเกือบทั้งหมด นักท่องเที่ยวต่างประเทศเริ่มเดินทางเข้ามาในไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น รวมถึงการเที่ยวเมืองรองกลับมาได้รับความสนใจมากขึ้นตาม จนเป็นกระแสที่สะท้อนออกมาทางสื่อสังคมออนไลน์

ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวของโลกภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ลดลง จึงมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มาจาก Digital Nomad หรือคนที่ทำงานโดยใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก สามารถทำงานและใช้ชีวิตจากที่ไหนก็ได้ โดยมักเลือกทำงานที่สามารถท่องเที่ยวไปด้วยจากทั่วทุกมุมโลก ดังนั้น ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565 ประเทศไทยได้ยกเลิกการลงทะเบียน Thailand Pass ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้มี



นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในไทยมากขึ้น รวมถึงนักท่องเที่ยวจากกลุ่ม Digital Nomad ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเมืองรองควรเตรียมการรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เอาไว้ เพราะเมืองรองมักเป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพถูกกว่าเมืองท่องเที่ยวหลัก

แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในด้านของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งทะเล ภูเขา และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่กระจายตัวอยู่ในทุกจังหวัด อีกทั้งยังมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การที่ประเทศไทยรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์หลัก ๆ เกิดความเสื่อมโทรม เนื่องจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวและการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่เน้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่เมืองมีแต่แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหรือที่เรียกว่า “เมืองหลัก” ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 จังหวัด คือ นครปฐม นนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา และปทุมธานี และอีก 15 จังหวัดที่มีผู้มาท่องเที่ยวสูงสุด โดย 15 จังหวัดแรก ได้แก่ ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ นครราชสีมา กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา ระยอง สงขลา เพชรบุรี กระบี่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ขอนแก่น พังงา และสระบุรี เกิดปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว จากสาเหตุดังกล่าวหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจึงต้องหาวิธีการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ไม่ใช่เมืองหลักหรือที่เรียกว่าเมืองรอง จำนวน 55 จังหวัด ได้แก่ ภาคเหนือ 16 จังหวัด เชียงราย พิชณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน พิจิตร แพร่ น่าน กำแพงเพชร อุทัยธานี และพะเยา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด ได้แก่ อุรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู และอำนาจเจริญ ในส่วนของภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก 12 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี สุพรรณบุรี นครนายก สระแก้ว ตราด จันทบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม ปราจีนบุรี ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี และภาคใต้ 9 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีวัฒนธรรมที่ดีไม่ต่างกับเมืองหลัก เพื่อเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนลงไปสู่ชุมชนและพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

ยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580 เป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดเป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ลงสู่แผนระดับต่าง ๆ ซึ่งมีประเด็นหลักที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในการให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ ที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศ ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 แผนย่อยที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ 1) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม 2) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



ความงามและแพทย์แผนไทย 4) แผนย่อยการท่องเที่ยวสาราญทางน้ำ 5) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ 6) แผนย่อยการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ได้กำหนดเป้าหมาย “พลิกโฉมประเทศไทยหรือเปลี่ยนแปลงประเทศขนานใหญ่ (Thailand’s Transformation) ภายใต้แนวคิด “Resilience” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการลดความเปราะบาง สร้างความพร้อมในการรับมือความเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาวะวิกฤต โดยสร้างภูมิคุ้มกันในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ จุดหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในหมวดหมู่ที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง หมวดหมู่ที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ และหมวดหมู่ที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัยและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

3. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม” โดยกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย มีกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการผลิตและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกันพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ (Resilient Supply-Side)

กลยุทธ์ที่ 2: กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่และลดการรั่วไหลของรายได้ในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable Tourism)

กลยุทธ์ที่ 3: ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (Quality-Based Tourism)

จังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย

เมืองรอง หรือ Less Visited Area หมายถึง เมืองที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักหรือยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก มีการกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นที่ไม่แตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก มีขนาดพื้นที่ จำนวนประชากรและมีเศรษฐกิจขนาดเล็กถึงปานกลาง มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นจุดแข็งด้านวัฒนธรรม เกษตรกรรม สินค้าชุมชน ท่องเที่ยวและอาหาร มีความสะดวกด้านการคมนาคมและการเดินทางเข้าถึง และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย จำนวน 55 จังหวัด ประกอบด้วย

1. ภาคเหนือ 16 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย น่าน พะเยาแพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ ตาก กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิชณุโลก อุทัยธานี พิจิตร เพชรบูรณ์ และสุโขทัย

2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) 18 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครพนม บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรธานี และอุบลราชธานี

3. ภาคกลางและภาคตะวันออก 12 จังหวัด ได้แก่ นครนายก สระแก้ว ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี ชัยนาท ลพบุรี สมุทรสงคราม สิงห์บุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี และอ่างทอง

4. ภาคใต้ 9 จังหวัด ได้แก่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง ยะลา ระนอง และสตูล
ภายใต้แนวคิด 3 ประการที่มุ่งใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองรอง ประกอบด้วย

1. Local Experience ประสบการณ์ที่ลงลึกถึงวิถีของชุมชน การใช้ชีวิต ภูมิปัญญา สะท้อนเอกลักษณ์และความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่มีในเมืองใหญ่ คือ Esthetic เดินทางเพื่อผ่อนคลาย เรียนรู้และความบันเทิง Education

2. Future Challenge เมืองรองมีโอกาสดูดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชนในท้องถิ่นมากขึ้น

3. Connecting Destination มีการเชื่อมโยงเมืองใหญ่สู่เมืองเล็กและประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้การท่องเที่ยวมีการเชื่อมต่อกันจากในอดีตที่ไม่เคยมีมาก่อน



ภาพที่ 1 เมืองรองของประเทศไทย 55 จังหวัด

ที่มา: 55 เมืองรองต้องลอง! มีจังหวัดไหนบ้าง, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 18 กรกฎาคม 2565, สืบค้นจาก <http://chillpainai.com/scoop/15694>



ตัวอย่างจังหวัดเมืองรองและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด

ภาคเหนือ

จังหวัดเชียงราย เช่น ภูชี้ฟ้า สามเหลี่ยมทองคำ พิพิธภัณฑ์บ้านดำ ดอยผาตั้ง ฯลฯ

จังหวัดน่าน เช่น วัดภูมินทร์ อุทยานแห่งชาติขุนน่าน วัดพระธาตุแช่แห้ง หมู่บ้านประมงปากนาย ฯลฯ

จังหวัดพะเยา เช่น อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง อุทยานแห่งชาติดอยภูนาง วัดศรีโคมคำ ฯลฯ

จังหวัดแพร่ เช่น วัดพระธาตุช่อแฮ พิพิธภัณฑ์เมืองแพร่คุ้มเจ้าหลวง วนอุทยานแพะเมืองผี ฯลฯ

จังหวัดลำปาง เช่น วัดพระธาตุลำปางหลวง กาดกองต้า อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ฯลฯ

จังหวัดแม่ฮ่องสอน เช่น วัดพระธาตุดอยกองมู อุทยานแห่งชาติถ้ำปลา-น้ำตกผาเสื่อ ภูชี้ฟ้า แม่ลาน้อย ฯลฯ

จังหวัดอุตรดิตถ์ เช่น วัดใหญ่ท่าเสา วัดธรรมาธิปไตย อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว ฯลฯ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดชัยภูมิ เช่น ทุ่งดอกกระเจียว น้ำตกตาดโตน อุทยานแห่งชาติภูแลนคา ศาลเจ้าพ่อพญาแล ฯลฯ

จังหวัดบึงกาฬ เช่น น้ำตกถ้ำพระ หินสามวาฬ บึงโขงหลง น้ำตกเจ็ดสี ฯลฯ

จังหวัดเลย เช่น อุทยานแห่งชาติภูเรือ แก่งคุดคู้ วัดเนรมิตวิปัสสนา ฯลฯ

จังหวัดอำนาจเจริญ เช่น แก่งคันสูง วัดดงเม่าเก่า พุทธอุทยาน ฯลฯ

จังหวัดอุบลราชธานี เช่น หาดชมดาว อุทยานแห่งชาติผาแต้ม เขื่อนสิรินธร วัดพระธาตุหนองบัว ฯลฯ

ภาคกลาง

จังหวัดชัยนาท เช่น สวนนกชัยนาท บึงกระจับใหญ่ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร สวนน้ำอากาศ ฯลฯ

จังหวัดสิงห์บุรี เช่น อนุสาวรีย์วีรชนและอุทยานค่ายบางระจัน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อินทร์บุรี ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ฯลฯ

จังหวัดอ่างทอง เช่น วัดจันทรังษี วัดท่าอิฐ บ้านหุ่นเหล็ก พิพิธภัณฑ์ตำนานเมืองอ่างทอง ฯลฯ

ภาคตะวันออก

จังหวัดนครนายก เช่น อุทยานพระพิฆเนศ น้ำตกสาลิกา วัดนางรอง รอยพระพุทธรูปจำลองเขานางบวช ฯลฯ

จังหวัดตราด เช่น เกาะช้าง เกาะกระดาด หาดทรายดำ สวนสมโภชน์ ฯลฯ

จังหวัดสระแก้ว เช่น อุทยานแห่งชาติปางสีดา ทะเลคลองหาด นานาธรรมสถาน ถ้ำเพชรโพธิ์ทอง ฯลฯ

ภาคใต้

จังหวัดตรัง เช่น คริสจักรตรัง เกาะสุกร ถ้ำมรกต น้ำตกโตนเต๊ะ ฯลฯ



จังหวัดชุมพร เช่น พระธาตุสวี บ่อน้ำพุร้อนถ้ำเขาพลู จุดชมวิวยามเช้าที่ เขาดินสอ ฯลฯ

จังหวัดระนอง เช่น บ่อน้ำร้อน-สวนรักษะวาริน อุทยานแห่งชาติแหลมสน คอคอดกระ หาดทรายดำ ฯลฯ

ในปี 2567 นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้มอบนโยบายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ ทั้งในส่วนของภาคธุรกิจโรงแรม อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในช่วงเดือนมกราคม-กันยายน 2566 พบว่าเมืองรอง 55 จังหวัดมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 73.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 34.47 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 ทำให้เกิดรายได้ประมาณ 169,608.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 38.86 ในปี 2567 ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมนโยบายให้ประเทศไทยเที่ยวได้ทั้งปี (All Year Round) โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในพื้นที่ 55 จังหวัด และกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้นและต่อยอดแนวคิด “365 วันเมืองไทยเที่ยวได้ทุกวัน” และ “365 วันมหัศจรรย์เที่ยวเมืองรอง” มุ่งเน้นการบอกต่อประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองรอง (Meaning Full Travel+Story Telling) ในเรื่องของงานเทศกาลประเพณีและอาหารถิ่น โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ 2 สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้เมืองรอง ปี 2562-2566

ที่มา: สถิติผู้มาเยือน รายได้และค่าใช้จ่าย (ม.ป.ป.), โดย ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2566, สืบค้นจาก <http://prachachat.net/tourism/news-1455550>

นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเมืองรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นการดำเนินงานในภาพรวมของ 55 จังหวัดเมืองรอง ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองควรแตกต่างกันไปในแต่ละบริบทของพื้นที่การท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง คือ

1) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ Micro Tourism (การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ) โดยการผลักดันให้เกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยร่วมกันพัฒนากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผลผลิตและสินค้าของท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ เปิดโอกาสให้เกิดการบริโภคสินค้าและบริการที่เกิดจากทรัพยากรในพื้นที่ และสร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวให้กับเกษตรกรและ



ผู้ผลิต มีจำนวน 16 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช เชียงราย นครพนม ลำพูน นครนายก ระนอง เพชรบูรณ์ อุบลราชธานี แม่ฮ่องสอน พัทลุง ราชบุรี นครสวรรค์ บุรีรัมย์ มหาสารคาม สุพรรณบุรี และชุมพร ตามลำดับ

2) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบค้างคืนเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ (Experience-based Overnight Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบค้างคืน กลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายและเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มพูนมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวและเพิ่มโอกาสในการบริโภคสินค้าและบริการในท้องถิ่นเพื่อกระจายรายได้ให้ผู้ประกอบการและชุมชน มี 21 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช เพชรบูรณ์ เชียงราย อุบลราชธานี พิษณุโลก ชุมพร จันทบุรี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ เลย ทรานน่าน นครสวรรค์ อุตรธานี ลำปาง ร้อยเอ็ด สุรินทร์ มหาสารคาม สตูล ตรัง และชัยภูมิ ตามลำดับ

3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัด (Tourism Cluster) เป็นแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเดินทางไปเยือนในการเดินทางท่องเที่ยว 1 ทริป เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัด อาจดำเนินการได้โดยการสร้างเรื่องราว (Story Telling) เชื่อมโยงสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด ทั้งนี้ กลุ่มคลัสเตอร์ของเมืองรอง ประกอบด้วย 19 กลุ่มจังหวัด แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

(1) กลุ่มเมืองรองล้อมเมืองหลัก เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกโดยส่วนใหญ่เป็นจังหวัดเมืองรองร่วมกับจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ นครสวรรค์ ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี สุรินทร์

(2) กลุ่มเมืองรองแฝงเมืองหลัก เป็นกลุ่มที่มีจังหวัดเมืองรองร่วมอยู่ด้วย แต่สมาชิกในกลุ่มโดยส่วนใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ ลพบุรี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี สมุทรสงคราม ราชบุรี สมุทรสาคร เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ นครราชสีมา สระบุรี

(3) กลุ่มเมืองฝาแฝด เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกเพียง 2 จังหวัด โดยมีทั้งการจับคู่ระหว่างเมืองหลักกับเมืองรอง หรือระหว่างเมืองรองด้วยกันเอง ได้แก่ ปราจีนบุรีและฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง

(4) กลุ่มเพื่อนเมืองรอง เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกทั้งหมดเป็นจังหวัดเมืองรอง ได้แก่ สิงห์บุรี ชัยนาท นครสวรรค์ พิษณุโลก กำแพงเพชร ชัยนาท สิงห์บุรี ลำปาง ตาก

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรัชญา โขติโสภานนท์ (2563) ทำการวิจัยเรื่อง ความพร้อมด้านบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเมืองรอง ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวศักยภาพในการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นและมีความพร้อมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวระดับสูง คือ 1) จังหวัดสุโขทัย ได้แก่ โครงการเกษตรอินทรีย์สนามบินสุโขทัย บ้านนาต้นจั่น รวมถึงพระพิมพ์ ร้านสุนทรีย์ผ้าไทยและถนนสังคโลก 2) จังหวัดตรัง ได้แก่ บ้านน้ำราบ 3) จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ พิพิธภัณฑ์หนังตะลุง (บ้านหนังตะลุงชาติทรัพย์สิน) 4) จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บ้านริมคลอง 5) จังหวัดตราด ได้แก่ บ้านสลักคอก และ 6) จังหวัดชุมพร ได้แก่ กอวังวัลเลย์ สำหรับข้อเสนอแนะต่อการยกระดับคุณค่าของการท่องเที่ยวประสบการณ์ท้องถิ่นมีดังนี้ (1) การคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว อุทยานการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ที่พัก อาหาร ฯลฯ ให้สามารถเล่าเรื่องราวของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ (2) ควรค้นหาแก่นแท้ของแบรนด์ (Brand



DNA) หรือคุณค่าทางอารมณ์ที่แสดงถึงตัวตนของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว/ชุมชนและสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างลึกซึ้งผ่านเรื่องเล่า กิจกรรมการท่องเที่ยว การแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สื่อให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองต่างกับผลิตภัณฑ์ในชุมชนอื่นอย่างไร (3) สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และลงมือทำ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมงานศิลปะ งานฝีมือ โดยเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวลงมือทำเอง (4) การจับคู่ประเภทธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างชุมชนที่ยังขาดความพร้อมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวที่มีความเข้าใจบริบทของชุมชนและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและภาคธุรกิจ และ 5) ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวต่อชุมชน เช่น การทำการตลาดและทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ฯลฯ

อำนวยการ ยุติธรรม และคณะ (2564) ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินผลนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อการพัฒนาอาชีพและรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ในระดับผลผลิต พบว่ารัฐบาลได้สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการบูรณาการการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน สำหรับการประเมินผลสัมฤทธิ์ในระดับผลลัพธ์ พบว่ามีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงขึ้น เกิดการสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน และสร้างความยั่งยืนให้ภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ในระดับผลกระทบพบว่า ทรัพยากรธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม และขาดความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก และ 2) ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของนโยบาย พบว่าการปฏิบัติภารกิจส่งเสริมการท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือกับทุกภาคส่วนอย่างรอบด้าน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายลดลง ดังนั้น ควรประสานงานกับทุกภาคส่วนและขอรับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสร้างงาน รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้เพื่อสร้างชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดีแทคหน่วยปฏิบัติการวิจัยด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และบุญมีแล็บ (2564) ได้ทำการวิจัยศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรองจาก Mobility Data ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศให้เติบโตด้วยการส่งเสริมการกระจายนักท่องเที่ยวและโอกาสทางเศรษฐกิจสู่จังหวัดเมืองรอง ประกอบด้วยแนวทางสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) การดึงดูดการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Micro-Tourism) หรือการส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับในระยะการเดินทางประมาณ 150 กิโลเมตร หรือใช้เวลาเดินทาง 1-2 ชั่วโมง เพื่อมาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ รวมถึงบริโภคสินค้าและบริการของท้องถิ่น 2) การส่งเสริมการค้างคืนเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ (Experience-Based Overnight Tourism) เป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายและเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นกลไกในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนในช่วงระยะเวลาพักค้างคืน โดยเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นสามารถนำเสนอคุณค่าในด้านต่าง ๆ ของชุมชน เช่น การเข้าร่วมเทศกาล การเข้าร่วมกิจกรรมบูรณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ การปลูกและดูแลป่าชุมชน และ 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบคลัสเตอร์ (Tourism Cluster) เป็นแนวความคิดส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเดินทางไปท่องเที่ยว 1 ทริป มีการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัด โดยอาจสร้างเรื่องราว (Story Telling)



เชื่อมโยงสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด การประชาสัมพันธ์ส่วนลดที่พักและร้านอาหารในกลุ่มจังหวัด

สำนักงบประมาณของรัฐบาล (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ผลการศึกษามีดังนี้ 1) ควรจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดเมืองหลักลงไปในพื้นที่จังหวัดเมืองรอง เพื่อพัฒนากิจกรรมที่เชื่อมต่อกันระหว่างต้นทางหรือปลายทางห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างของศักยภาพเมืองรอง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้การท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเกิดความยั่งยืน 2) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่โดยบูรณาการการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักสู่เมืองรอง เพื่อสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองมากขึ้น และ 3) ควรพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะยาวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy Citizen) และมีคุณภาพให้เดินทางเข้าสู่เมืองรองมากขึ้น โดยควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองให้มีศักยภาพตามมาตรฐานการท่องเที่ยวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากขึ้น (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA)

พิชยารัตน์ กิติวุฒิศักย์ และปึงปอนด์ รักอำนวนายกิจ (2565) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรอง: กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ยโสธร ศรีสะเกษ และอำนาจเจริญ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีสิ่งดึงดูดใจหรือตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน ผ่านการทดลองปฏิบัติหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานทรัพยากรและอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Activity) การเรียนรู้ (Learning) การทดลองปฏิบัติ (Testing) การดู (Seeing) และการซื้อ (Buying) ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีการศึกษาปัจจัยนำเข้าและปัจจัยสนับสนุนในบริบทเฉพาะเชิงพื้นที่ จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในสามจังหวัดอีสานใต้ ได้แก่ ยโสธร ศรีสะเกษ และอำนาจเจริญ เป็นตัวอย่างการพัฒนากระบวนการและศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ทำให้เห็นบริบทและแนวทางดำเนินงานในการสนับสนุนนโยบายท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อนำรายได้เข้าสู่พื้นที่

ชญญา พิริยานิช (2565) ทำการวิจัยเรื่อง องค์ประกอบความสำเร็จของการท่องเที่ยวเมืองรอง ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่ทำให้การจัดการท่องเที่ยวเมืองรองประสบความสำเร็จมีความเหมือนและแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละเมือง ในขณะที่เมืองรองส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในหลายด้าน อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ มาตรฐานที่พักอาศัย การคมนาคม ความเข้มแข็งของผู้นำ และความพร้อมของคนในชุมชน ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเมืองรองให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยองค์ประกอบด้านต่าง ๆ อาทิ การสร้างทรัพยากรท่องเที่ยวขึ้นทดแทน การอนุรักษ์วิถีชีวิตชนบทรรมนิยม ประเพณี วิสัยทัศน์ของผู้นำ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน การสร้างเครือข่าย และสิ่งสำคัญ คือ ความเข้มแข็งและจิตสำนึกของคนในชุมชนที่เป็นหัวใจของการท่องเที่ยวเมืองรอง



แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรมีการดำเนินงาน ดังนี้

1. พัฒนาและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวตลอดเส้นทางอย่างครบวงจรด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่หลากหลายและการสื่อสารที่น่าสนใจ แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัส เรียนรู้และลงมือทำ
2. ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่โดยบูรณาการการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักสู่เมืองรอง เพื่อสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว รวมถึงจัดสรรงบประมาณด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองให้ครอบคลุมและทั่วถึง เพื่อพัฒนากิจกรรมที่เชื่อมต่อระหว่างต้นทางหรือปลายทางหวังโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างทางศักยภาพของเมืองรอง
3. เชื่อมโยงและบริหารจัดการระบบคมนาคมทุกประเภทให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ด้วยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงเครือข่ายพันธมิตรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
4. ประเมินความพร้อมของเมืองรองด้านการตลาดโดยการประเมินศักยภาพชุมชน จากการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
5. ทบทวนและปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริบทปัจจุบันและความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการลงทุนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายและบริหารจัดการกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง พร้อมออกแบบกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละชุมชน โดยกระตุ้นให้พื้นที่ท่องเที่ยวนำเสนอ Soft Power และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการต่อยอดกันสร้างสรรค์กิจกรรมสินค้าและบริการ
7. พัฒนาการบริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย มีการนำเสนอภาพอินโฟกราฟิกที่น่าสนใจ ฯลฯ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถวางแผนการเดินทางที่สอดคล้องกับแต่ละพื้นที่ ทั้งในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรม
8. ส่งเสริมและพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อรองรับการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว โดยเพิ่มความปลอดภัยและมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวด้วยการปรับปรุง พัฒนา ยกระดับมาตรการ วิธีการ และการดำเนินการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองของรัฐบาล โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาโดยสมาชิกภายในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน



เพื่อชุมชน และชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มีสิทธิในการบริหารจัดการในทุก ๆ มิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเชิงบูรณาการ เพื่อให้การพัฒนาดังกล่าวมีทิศทางที่เหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในทุกภาคส่วน จึงก่อให้เกิดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว “เมืองรอง ต้องลอง” มีการกำหนดแคมเปญ “AMAZING THAILAND GO LOCAL” เทียบท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต แรงกระแสท่องเที่ยว 55 เมืองรอง เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน อันเป็นการสร้างและการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขัน การบริหารจัดการร่วมกันของทุกภาคส่วนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการ โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์วิถีไทย ส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในทุกภาคส่วน

สำหรับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยที่สำคัญในปี 2566 และ 2567 อาทิ โครงการ “สุขทันทีที่เมืองรอง” จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัดทั่วประเทศ ภายใต้แนวคิด “เปิดประสบการณ์ใหม่...เที่ยวเมืองรองไม่รู้ลืม” โดยเชิญชวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมารับรู้อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารด้วยตนเอง ทำให้เกิดการกระจายรายได้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในประเทศอย่างยั่งยืน

โครงการ “365 วัน มหัศจรรย์เที่ยวเมืองรอง” เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวเมืองรองในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศ มีการทำงานเชิงบูรณาการจากการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน จัดโครงการกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไทยตามแนวคิด Soft Power ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของเมืองรองแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศ (Meaning Full Travel+Story Telling) เป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอด 365 วัน

ประเด็นสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง คือ การเน้นอัตลักษณ์เมืองรองโดยการสร้างสรรค์สินค้า สร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น การประเมินความพร้อมของเมืองรองและชุมชนเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้ความต้องการด้านการตลาดสามารถดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับความพร้อมด้านอุปทาน โดยการประเมินศักยภาพชุมชนจึงควรมีการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อคัดกรองชุมชนที่พร้อมในการส่งเสริมซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3**

(พ.ศ. 2566–2570). สืบค้น 7 มีนาคม 2567 จาก <http://planning.dusit.ac.th/>

main/wp-content/uploads/2023/06/แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ-ฉบับที่ 3-พ.pdf



- จิรัชญา โขติโสภานนท์. (15 กรกฎาคม 2563). **ความพร้อมด้านบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
ท้องถิ่นของเมืองรอง**. สืบค้น 9 มีนาคม 2567 จาก <http://researchcafe.tsri.or.th/travel/>
- ชัยญา พิริยานิช. (2565). **องค์ประกอบความสำเร็จของการท่องเที่ยวเมืองรอง**. สืบค้น 10 มีนาคม 2567
จาก <http://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/pnru/article/biew/261051>
- ThaiPublica. (10 ตุลาคม 2565). **ดีแทค-สถาปัตยกรรม จุฬาฯ-บุญมีแล็บ ถอดรหัสบิ๊กดาต้าสู่การใช้ “Mobility
Data” ออกแบบนโยบายสาธารณะ**. สืบค้น 10 มีนาคม 2567 จาก
<http://thaipublica.org/2022/10/how-mobility-data-can-improve-public-policymaking>
- เที่ยวเมืองรอง ชี้พิภัก 55 เมืองรองกับที่เที่ยวสวย ๆ ทั่วไทยทั่วไทย**. (ม.ป.ป.). สืบค้น 9 มีนาคม 2566 จาก
<http://travel.kapook.com/view186037.html>
- เปิด 10 จังหวัดเมืองรอง ยกกระดับสู่เมืองหลัก อินเซ็นทิฟิซึม ลงทุน ท่องเที่ยว. (28 ธันวาคม 2566).
ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้น 10 มีนาคม 2567 จาก
<http://thansettakij.com/business/toursim/584514>
- พิชยรัตน์ กิติวุฒิกัญ, และ ปังปอนด์ รักอำนวยกิจ. (2566). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:
กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ยโสธร ศรีสะเกษ และอำนาจเจริญ**. สืบค้น 10 มีนาคม 2567
จาก <http://so08.tci-thaijo.org/index.php/ssjpolsci/article/view/1450>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักงบประมาณของรัฐสภา. (2564). **ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว**. สืบค้น 9 มีนาคม 2567 จาก
http://parliament.go.th/ewtadwin/ewt/parbudget/ert_dl_link.php?nid=989
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (13 ธันวาคม 2566). **นายกมอบนโยบายท่องเที่ยว ส่งเสริมเมืองรอง-เพิ่มยอดใช้จ่าย**.
(13 ธันวาคม 2566). สืบค้น 9 มีนาคม 2567 จาก <http://infoquest.co.th/2023/358649>
- อำนวย ยุติธรรม, และคณะ. (2564). **การประเมินผลนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อการพัฒนา
อาชีพและรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง**. สืบค้น 7 มีนาคม 2567 จาก
<http://so01.tci-thaijo.org/index.php/faakmutrb/article/view/255649/174625>