

## บทที่ 9

## ฉากทัศน์อนาคตการท่องเที่ยวไทย

ตามหลักแนวคิดการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์ อนาคตมีความหลากหลายและเป็นพหุ ไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียว แต่ละภาพของอนาคตมีระดับความเป็นไปได้ที่แตกต่างกัน อนาคตบางภาพเป็นการฉายภาพไปอนาคตตามแนวโน้มที่ชัดเจนในปัจจุบัน ซึ่งมักเป็นภาพอนาคตระยะสั้นและระยะกลางภายใต้สถานการณ์ที่ระดับความไม่แน่นอนที่ไม่สูงมากนัก ภาพอนาคตชุดนี้เรียกว่าอนาคตฐานตามรายละเอียดที่ได้นำเสนอไปในบทก่อนหน้า แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในระยะสั้นและระยะกลางจึงเน้นการตอบรับอนาคตฐานที่เกิดขึ้นแล้วและคาดว่าจะเกิดขึ้นต่อไปอีกระยะหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม ในการวางแผนระยะยาวที่ภาพอนาคตมักเกิดการเปลี่ยนแปลงและหักเหจากแนวโน้มปัจจุบัน หรือแม้แต่ในการวางแผนระยะสั้นแต่อยู่ในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูง การพยากรณ์ภาพอนาคตด้วยวิธีการต่อขยายแนวโน้มปัจจุบันไปข้างหน้าอย่างเดียวในลักษณะการทำนายภาพอนาคตหนึ่งเดียว (Prediction) มักไม่เพียงพอและมักคลาดเคลื่อน แต่ในขณะเดียวกัน หากจะคำนึงถึงภาพอนาคตที่เป็นไปได้ทั้งหมดก็ย่อมทำไม่ได้ เนื่องจากอนาคตมีความเป็นไปได้อยู่มากและเป็นอนันต์ ภาพอนาคตทางเลือกที่มากเกินไปก็ไม่สามารถสร้างเป็นทางเลือกในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการต่อได้ ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างชุดของภาพอนาคตทางเลือกที่เรียกว่าฉากทัศน์ (Scenarios) ขึ้นมาเพื่อให้เห็นทางเลือกและโอกาสในการปรับแผนยุทธศาสตร์สำหรับนโยบายสาธารณะหรือยุทธศาสตร์ขององค์กร

เนื้อหาในบทนี้นำเสนอกระบวนการและผลผลิตของการสร้างฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19 ในระยะ 20 ปี ข้างหน้า การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับประเทศและระดับเมือง โดยในระดับเมืองแบ่งออกเป็น 3 กรณีศึกษา ได้แก่ (1) กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขอบเขตการวิเคราะห์รวมถึงพื้นที่ปริมณฑล (2) เชียงใหม่ และ (3) ภูเก็ต ทั้งสามเมืองถือเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย แนวทางการสร้างฉากทัศน์และภาพฉากทัศน์ที่แสดงอนาคตทางเลือกของแต่ละกรณีศึกษามีรายละเอียดดังนี้

### 9.1 แกนตรรกะฉากทัศน์

การคาดการณ์ภาพอนาคตทางเลือกในงานศึกษาครั้งนี้ได้เลือกวิธีการสร้างฉากทัศน์แบบ 2x2 คือเลือกปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ 2 ประการที่คาดว่าจะผลกระทบสูงต่อการท่องเที่ยวในอนาคตแต่ยังมีความไม่แน่นอนสูง โดยแต่ละปัจจัยก็มีช่วงความเป็นไปได้อยู่ 2 ขั้ว จากนั้นจึงนำทั้งสองปัจจัยมาเป็นแกนไขว้กัน 2 แกน เพื่อให้ได้ทางเลือกของอนาคต 4 ฉากทัศน์ แกนของปัจจัยทั้งสองถือเป็นตรรกะฉากทัศน์ (Scenario logics) ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการสร้างภาพอนาคตทางเลือกที่อยู่ในพิสัยที่ไม่มากหรือน้อยเกินไปสำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์

ตรรกะฉากทัศน์ในการคาดการณ์ครั้งนี้ได้มาจากการวิเคราะห์และเลือกปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อภาพอนาคตของการท่องเที่ยวที่มีความไม่แน่นอนสูงและมีผลกระทบสูง ความไม่แน่นอนสูงในที่นี้หมายความว่า อนาคตของการท่องเที่ยวไทยอาจเกิดขึ้นในช่วงของความเป็นไปได้ของปัจจัยขับเคลื่อนได้ 2 ข้อ แต่ไม่ว่าจะเกิดผลลัพธ์มาในทิศทางหรือข้อใดก็ตาม ก็มีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวไทยในการฉายภาพอนาคตการท่องเที่ยวของประเทศไทยในเวลานี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ คือระดับประเทศและระดับเมือง

ในการวิเคราะห์เพื่อสร้างตรรกะฉากทัศน์ คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการภายในกลุ่มผู้วิจัยเองและกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นตัวแทนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลและความเห็นที่ได้มาจากการประชุมมาพิจารณาประกอบกับข้อมูลที่ได้ประมวลมาจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งภายในประเทศไทยและในต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนี้ ผลการเลือกตรรกะฉากทัศน์ทั้งในระดับประเทศและระดับเมืองมีดังต่อไปนี้

### 9.1.1 ตรรกะฉากทัศน์ระดับประเทศ

คณะผู้วิจัยได้เลือกปัจจัยขับเคลื่อน 2 ประการที่มีนัยสำคัญอย่างมากต่อการท่องเที่ยวไทยในอีก 20 ปีข้างหน้า แต่ในระยะยาวยังคงมีความไม่แน่นอนสูงว่าผลลัพธ์จะออกมาในทิศทางใด ปัจจัยทั้งสองประการจะนำมาใช้เป็นแกนในการสร้างฉากทัศน์ระยะยาวของการท่องเที่ยวไทย ในการวิเคราะห์เชิงพลวัตระบบ ทั้งสองปัจจัยเป็นทั้งสาเหตุและผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงของระบบ ที่อาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและสร้างวงจรย้อนกลับซึ่งกันและกัน ปัจจัยแรกเป็นรูปแบบของเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจสาขาอื่นๆ ของประเทศ ส่วนปัจจัยที่สองเป็นเรื่องการกระจุกตัวเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยว

แกนตรรกะในการวิเคราะห์ฉากทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถสรุปให้เห็นเป็นภาพได้ดังรูปที่ 9.1 โดยแต่ละแกนตรรกะมีรายละเอียด ดังนี้



**รูปที่ 9.1** แกนตรรกะฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวไทย

**แกนฉากทัศน์ที่ 1: รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว - การท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย**

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเศรษฐกิจไทยในช่วงเวลาประมาณสองทศวรรษที่ผ่านมา ก่อนการระบาดของโควิด-19 ใน พ.ศ. 2563 ธุรกิจการท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องมีมูลค่าถึงร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือจีดีพี จึงถือเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ เศรษฐกิจหลายสาขาที่เคยเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยต้องประสบภาวะซบเซาและถดถอย ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในหลายด้านลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นที่พึ่งของเศรษฐกิจไทยมาได้ระยะหนึ่งแล้ว ระดับการพึ่งพาการท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นสำคัญของนโยบายเศรษฐกิจของไทยในอีก 20 ปีข้างหน้า

แน่นอนว่า การท่องเที่ยวจะยังคงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยในอนาคต ทั้งในระดับประเทศและระดับเมือง แต่ระดับการพึ่งพิงการท่องเที่ยวของเศรษฐกิจไทยอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้ โดยขึ้นอยู่กับเงื่อนไขสำคัญหนึ่ง คือ การขยายและพัฒนาฐานเศรษฐกิจในสาขาเศรษฐกิจอื่นที่ไม่ใช่การท่องเที่ยวในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากธุรกิจอื่นสามารถสร้างรายได้ได้มากกว่าธุรกิจท่องเที่ยว และมีการเติบโตที่เร็วกว่าการท่องเที่ยว ก็จะทำให้เศรษฐกิจไทยพึ่งพิงธุรกิจการท่องเที่ยวน้อยลง

อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญและความท้าทายในการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์และการวางแผนยุทธศาสตร์คือขอบเขตของการคาดการณ์ ในงานนี้ ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่การนิยามว่าอะไรคือการท่องเที่ยวในอนาคต รวมถึงขอบเขตของคำว่า “เศรษฐกิจท่องเที่ยว” ที่สื่อถึงการเชื่อมโยงธุรกิจท่องเที่ยวกับสาขาเศรษฐกิจอื่น

ในมุมมองหนึ่ง เศรษฐกิจท่องเที่ยวอาจยังคงเน้นที่การผลิตภัณฑและการบริการที่ยกระดับ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในรูปแบบต่าง ๆ นับตั้งแต่การเที่ยวชมสถานที่และการพักผ่อน การกินดื่ม การบันเทิงและนันทนาการ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่ผ่านมา ในขณะที่เดียวกัน รูปแบบของการท่องเที่ยวและความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจส่วนอื่นของการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต จนเกิดความหลากหลายและการบรรจบกันระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวแบบเดิมกับธุรกิจแบบอื่น จนแทบไม่มีเส้นแบ่งระหว่างธุรกิจเหล่านี้ ตัวอย่างกิจกรรมที่เห็นค่ากลางชัดเจนมากขึ้นว่าเริ่มเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เช่น บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ เป็นต้น การบรรจบและหลอมรวมของธุรกิจ (Industry convergence) เหล่านี้มีนัยสำคัญสำหรับการคาดการณ์และยุทธศาสตร์สำหรับอนาคต

ด้วยเหตุผลข้างต้น ในการกำหนดกรอบการคาดการณ์ภาพอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงกำหนดไว้กว้างๆ ที่ “เศรษฐกิจท่องเที่ยว” เพื่อให้มีความยืดหยุ่นในเชิงขอบเขตของการวางแผนยุทธศาสตร์ สำหรับการสร้างตรรกะฉากทัศน์สำหรับภาพอนาคตของการท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงเสนอข้อตรงกันข้ามของรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวออกเป็นสองรูปแบบด้วยกัน ตามระดับความหลากหลายและความบรรจบและเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทย คือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยว (Mono-tourism economy) กับการท่องเที่ยวเชิงหลากหลาย (Poly-tourism economy) ตามคำอธิบายโดยสังเขปดังนี้

### **เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยว**

การที่การท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจไทยในระดับสูงหนึ่งแสดงว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันและความเชี่ยวชาญ (Specialization) ในด้านนี้อยู่ในระดับสูง แม้ว่าดัชนีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในหลายด้านอาจยังสู้ไม่ได้กับหลายประเทศชั้นนำระดับโลกในยุโรป เช่น สเปน อิตาลี และฝรั่งเศส แต่ก็ถือว่าเศรษฐกิจท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนามามากจนถือเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก อย่างไรก็ตาม บทบาทสำคัญของการท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยในมุมมองกลับแสดงว่า เศรษฐกิจไทยในช่วงที่ผ่านมาได้พึ่งพาธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมากในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยเฉพาะเมื่อสาขาเศรษฐกิจอื่นของประเทศไม่สามารถเพิ่มผลิตภาพ รายได้และการจ้างงานได้มากพอ แม้ว่าการพึ่งพิงการท่องเที่ยวของไทยไม่ได้สูงถึงระดับที่กลายเป็นสาธารณรัฐกล้วย (Banana republic) ที่พึ่งพาการส่งออกสินค้าเดียวจนเกิดปัญหาความเสี่ยงและเสถียรภาพด้านเศรษฐกิจและการเมือง แต่ระดับการพึ่งพิงการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันถือว่าสูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศท่องเที่ยวชั้นนำอื่นๆ ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับในระดับเมืองท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่และพัทยา

เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวของประเทศไทยขยายตัวมาด้วยสาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือ ธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการเติบโตสูงนั้นมักเน้นการเติบโตในเชิงปริมาณเป็นหลัก ในช่วงดังกล่าว การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายและตัวชี้วัดสำคัญในด้านการท่องเที่ยว ทั้งจากมุมมองของผู้ประกอบการและของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักท่องเที่ยวจีนได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วง 5 ปีก่อนโรคระบาดโควิด-19 อาจกล่าวได้ว่า การเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวไทยในช่วงก่อนหน้านั้นเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนหรือ

คล้ายคลึงกันมาก อีกทั้งยังไม่มี การผูกโยงธุรกิจท่องเที่ยวกับภาคการผลิตอื่น ๆ จนเกิดเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวในเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวมักเน้นกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะ และรูปแบบเหมือนหรือคล้ายกัน จึงมีความหลากหลายไม่มาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ที่นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาก ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยในการให้บริการอยู่ในระดับต่ำ สังเกตได้อย่างชัดเจนจากประเภทของโรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มดังกล่าว ในอดีต การท่องเที่ยวไทยในยุคหนึ่งจึงมีแนวโน้มของการเติบโตเพื่อสร้างประโยชน์จาก ขนาด (Economies of scale) เช่น โรงแรมขนาดใหญ่จำนวน 400-500 ห้อง ร้านอาหารขนาดใหญ่หลายร้อยโต๊ะ รวมไปถึงบริษัททัวร์ที่มีจำนวนรถและพนักงานหลายร้อยคน เป็นต้น

ภายใต้สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวนี้ รูปแบบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดวาอาราม สถาปัตยกรรม พื้นที่ที่มีชื่อเสียง และการพักผ่อนจากการทำงานในชีวิตประจำวัน รวมถึงการกินดื่มและการบันเทิง โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังคงพึ่งพิงตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวจึงเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นหลัก แม้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากอาจไม่เที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ขนาดใหญ่ แต่การซื้อแพ็คเกจทัวร์จากผู้ประกอบการก็มักมีความคล้ายคลึงกันมาก

ในสถานการณ์ที่ธุรกิจท่องเที่ยวมีความหลากหลายต่ำนั้น การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจึงมักเป็นการแข่งขันด้วยการตั้งราคาตามต้นทุน (Cost-based pricing) มากกว่าการตั้งราคาด้วยคุณค่าจากมุมมองของผู้บริโภค (Value-based pricing) จึงมักเกิดปัญหาการแข่งขันอย่างดุเดือดรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งมักมีผลต่อคุณภาพของสินค้าในตลาด อีกทั้งยุทธศาสตร์การลงทุนในด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นในลักษณะการพนัน (Gambling strategy) ซึ่งมีความเสี่ยงสูง แต่ก็ได้รับผลตอบแทนสูงถ้าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ได้รับความนิยมในตลาดเป้าหมาย แต่ก็มีควมอ่อนไหวเปราะบางต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาได้

จริงอยู่ที่ว่า ในช่วงหลัง ตลาดท่องเที่ยวไทยมีจำนวนโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารราคาแพงที่เน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มได้มากขึ้น ทั้งโรงแรมขนาดเล็กแบบบูทีคโฮเทลเกิดขึ้นมากมาย และแพ็คเกจทัวร์มีความหลากหลายและแปลกใหม่มากขึ้น ในมิตินี้ จึงดูเหมือนว่าธุรกิจท่องเที่ยวไทยมีความหลากหลายมากขึ้นจริง

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยขับเคลื่อนบางประการอาจทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากในอนาคตกลับไปเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวมูลค่าต่ำและเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวแบบเดิม แทนที่จะเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและเพิ่มความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ในอนาคตระยะกลางถึงระยะยาว ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวยังคงมีอยู่ต่อไปและอาจเพิ่มสัดส่วนขึ้นได้คือจำนวนคนชั้นกลางที่จะท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นครั้งแรกในตลาดสำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในประเทศจีนและอินเดีย ในปัจจุบัน คนชั้นกลางจำนวนมากในประเทศเหล่านี้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นและเริ่มท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นแล้ว ซึ่งโดยมากเป็นคนชั้นกลางในเมืองใหญ่ที่มีความมั่งคั่งสูง เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และมুমไบ แต่ในประเทศเหล่านี้ก็ยังมีคนชั้นกลางอีกจำนวนมากในเมืองรอง

และเมืองเล็กที่ยังไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ ในอนาคตคนเหล่านี้จะกลายเป็นลูกค้าที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวของประเทศไทย นักท่องเที่ยวเหล่านี้อาจเป็นนักท่องเที่ยวครั้งแรกที่มาประเทศไทย และยังคงต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ทั้งการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ การกินดื่มและช้อปปิ้ง และการพักผ่อนในรูปแบบที่ไม่ต่างมาจากปัจจุบัน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับราคาและความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีโอกาสเป็นไปได้สูงที่เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ราคาถูกก็ยังคงมีอยู่ต่อไป

อีกปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกมากจากประเทศจีนคือการเดินทางที่สะดวกมากขึ้น อันเนื่องมาจากการสร้างระบบรถไฟความเร็วสูงจากประเทศจีนมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสายการบินต้นทุนต่ำที่อาจกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในระยะกลางหลังจากฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 แล้ว ความสะดวกที่เพิ่มขึ้นและต้นทุนที่ลดลงในการเดินทางมาประเทศไทย จะทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ยังคงมีอยู่มาก และจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวยังสามารถคงอยู่ต่อไปได้

การท่องเที่ยวที่เน้นการเติบโตอย่างรวดเร็วและในปริมาณมากมีข้อดีคือ ประเทศสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นกอบเป็นกำได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีการจ้างงานในวงกว้างที่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจในภาพรวม รายได้จำนวนมากจากการท่องเที่ยวในช่วงที่ก่อนสถานการณ์โควิด-19 ยังช่วยขยายฐานรายได้จากต่างประเทศของเศรษฐกิจไทยให้ขยายกว้างและกระจายตัวมากขึ้น ทำให้ลดการพึ่งพาสินค้าส่งออกเพียงบางชนิดที่อาจผันผวนไปตามตลาดโลก ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยจึงถือเป็น “วัวเงินสด (Cash cow)” หรือผลิตภัณฑ์ทำเงินที่นำจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศเข้าไทยไปได้อีกระยะหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาธุรกิจท่องเที่ยวมากจนเกินไปถือเป็นการเพิ่มความเสี่ยงเชิงระบบของเศรษฐกิจโดยรวม เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันหรือปัจจัยพลิกผันที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยตรง ก็จะส่งผลกระทบต่อไม่เพียงเฉพาะกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น แต่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย ตัวอย่างปัจจัยพลิกผันนี้มีตั้งแต่สถานการณ์โรคระบาด ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การก่อการร้าย ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายของตลาดสำคัญของไทย โดยเฉพาะในกรณีของรัฐบาลจีน เป็นต้น ทั้งนี้ ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 อาจมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกิจกรรมท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ยังมีความเสี่ยงสูง ผู้ประกอบการจึงอาจหันกลับไปให้บริการด้วยผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ ที่แน่ใจว่ามีลูกค้าอยู่เป็นจำนวนมากก็เป็นได้

นอกจากนี้ หากการพึ่งพาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ต่อไปในอนาคต ประเทศไทยอาจประสบกับโรคดัตช์ (Dutch Disease) ซึ่งหมายถึงภาวะที่การเจริญเติบโตในภาคเศรษฐกิจหนึ่ง ส่งผลให้ภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ถดถอย ปัญหานี้ส่วนหนึ่งเกิดจากกลไกทางการค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ เมื่อการท่องเที่ยวทำให้เกิดเงินทุนไหลเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สกุลเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินอื่นๆ การแข็งค่าของสกุลเงินทำให้ผู้ประกอบการไทยมีต้นทุนในการส่งออกสูงขึ้นและมีต้นทุนการนำเข้าลดลง ทำให้ผู้ประกอบการในภาคเศรษฐกิจอื่นและประเทศไทยโดยรวมมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกด้อยลง นอกจากนี้ การเติบโตด้านการท่องเที่ยวอาจส่งผลให้แรงงานและทรัพยากรสำคัญอื่นๆ ของประเทศไหลเข้าไปในภาคบริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น จนเกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจสาขาอื่นๆ ก็เป็นไปได้

ในขณะที่เดียวกัน หากเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวนำไปสู่การพึ่งพาธุรกิจท่องเที่ยวมากจนทำให้ประสบกับปัญหาโรคดัตช์จริง การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาในเทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศอาจน้อยกว่าในกรณีที่เศรษฐกิจไทยไม่พึ่งพาการท่องเที่ยวมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการลงทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของแรงงานในสาขาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อยกว่าเศรษฐกิจในสาขาอื่น ในกรณีดังกล่าว การพึ่งพาการท่องเที่ยวจะลดศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจระยะยาวของประเทศไทย

ดังนั้น หากเชื่อว่าความหลากหลายของธุรกิจและสินค้าเป็นพื้นฐานของการสร้างระบบเศรษฐกิจที่มีการกระจายความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการรับมือและฟื้นตัว (Resilient) การพึ่งพาอุตสาหกรรมสาขาใดสาขาหนึ่งมากเกินไป ถือเป็นความเสี่ยงเชิงระบบที่อาจทำให้เศรษฐกิจในภาพรวมได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงได้

### เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลาย

ในทางกลับกัน อีกข้อหนึ่งของตรรกะจากทัศนในแกนนี้คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Diversified) และเชื่อมโยงกับสาขาเศรษฐกิจอื่นอย่างกว้างขวาง นับตั้งแต่ธุรกิจในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การออกแบบ การโฆษณา แฟชั่น ภาพยนตร์ เพลง และการบันเทิงต่างๆ ไปจนถึงการผลิตอาหารและผลผลิตทางการเกษตรที่ตอบโจทย์ความต้องการนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงมีส่วนที่เกี่ยวข้องและผูกโยงกับเศรษฐกิจสาขาอื่นๆ อย่างแทบแยกไม่ออก ทั้งในด้านการผลิตและการบริการ

ความหลากหลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบผสมผสานนี้ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นเพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยเอง ในกรณีนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวจะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเน้นความประหยัดจากขอบเขต (Economies of scope) มากขึ้น ความประหยัดจากขอบเขตในที่นี้หมายถึงกรณีที่ผู้ประกอบการผลิตสินค้าหรือการบริการหลายประเภทรวมกัน และสามารถลดต้นทุนต่อหน่วยลงได้ เช่น ผู้ประกอบการโรงแรมขยายขอบเขตผลิตภัณฑ์และการบริการไปมากกว่าด้านที่พัก แต่รวมไปถึงร้านอาหาร การจัดทัวร์ รวมถึงการอบรมความรู้ด้านการโรงแรม เป็นต้น ภายใต้รูปแบบนี้ กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดหลายแห่งและหลายกลุ่มคนและบุคลิกลักษณะ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในแนวนี้เน้นความคุ้มค่า แม้ว่าในระยะสั้นอาจไม่สามารถสร้างรายได้สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมายไปที่ตลาดใดตลาดหนึ่ง

จากที่ได้อธิบายไปแล้วในภาพอนาคตฐาน การพัฒนาของเศรษฐกิจดิจิทัลมีผลอย่างมากต่อเศรษฐกิจท่องเที่ยวในอนาคต ไม่เพียงเฉพาะในการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของกิจการท่องเที่ยว แต่รวมไปถึงการสร้าง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะเทคโนโลยี 4.0 ที่มีการบรรจบของเทคโนโลยีชีวภาพ กายภาพและดิจิทัล จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามความต้องการเฉพาะกลุ่มในปริมาณมากได้ หรือที่เรียกว่าการปรับแต่งจำนวนมาก (Mass customization) ได้ง่ายขึ้น ทำให้ความประหยัดจากขอบเขต (Economies of scope) เป็นไปได้ง่ายขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปได้มากกว่ารูปแบบการผลิตแบบจำนวนมาก (Mass production) ที่เน้นผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานที่ซ้ำๆ กันแบบเดิม

## แกนฉากทัศน์ที่ 2: การกระจายพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยว - กระจุกตัวหรือกระจายตัว

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่กำหนดอนาคตทางเลือกของเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยในอีก 20 ปีข้างหน้าคือการกระจายตัวเชิงพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยว การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเพียงบางพื้นที่ของประเทศที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีนัยสำคัญในเชิงนโยบายการท่องเที่ยวและนโยบายสาธารณะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน เนื่องจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องมีผลกระทบโดยตรงในด้านผลประโยชน์และผลกระทบของการท่องเที่ยว ข้อหนึ่งของแกนนี้คือในอีก 20 ปีข้างหน้าก็ยังคงจะมีการกระจุกตัวในเชิงพื้นที่อยู่มากจนไม่ต่างจากภาพปัจจุบันเท่าใดนัก ส่วนอีกข้อหนึ่งคือในอนาคตจะมีการกระจายตัวของการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยมากขึ้นอย่างชัดเจน

### การกระจุกตัวเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผ่านมามักกระจุกตัวในจังหวัดที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เป็นที่ทราบกันดีว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมักนิยมเดินทางไปยังพื้นที่หลัก 5 แห่ง คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี โดยเฉพาะเมืองพัทยา กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ในขณะที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยภายในประเทศมักนิยมไป คือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา และระยอง

แนวโน้มดังกล่าวไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักในช่วง 10 ปีระหว่าง พ.ศ. 2553-2562 ตารางที่ 9.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์จีนิ (Gini-coefficient) ที่วิเคราะห์การกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวรายจังหวัด ดัชนีจีนิยิ่งใกล้ระดับ 1.0 เท่าไรก็แสดงว่ามีการกระจุกตัวหรือความเหลื่อมล้ำมากเท่านั้น จะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลงบ้าง ทั้งในภาพรวมและในภาพเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ รวมทั้งในกรณีของจำนวนผู้มาเยือน อย่างไรก็ตาม ก็ยังถือว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### ตารางที่ 9.1 ดัชนีจีนิแสดงการกระจุกตัวเชิงพื้นที่ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

รายการ	จำนวนนักท่องเที่ยว		จำนวนผู้มาเยือน	
	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2562
จำนวนรวม	0.65	0.63	0.61	0.56
ไทย	0.59	0.53	0.58	0.51
ต่างชาติ	0.90	0.88	0.86	0.84

ที่มา: ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562ค) คำนวณโดยผู้วิจัย

ในอนาคตอีก 20 ข้างหน้ามีความเป็นไปได้สูงว่า จังหวัดยอดนิยมทั้ง 5-6 แห่งในปัจจุบันก็คงยังคงเป็นแหล่งรวมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งคนต่างชาติและคนไทย การกระจุกตัวเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยวไทยก็คงแทบไม่แตกต่างจากภาพปัจจุบัน ด้วยพลังของความประหยัดจากการรวมกลุ่ม (Agglomeration economies) ที่มีทั้งความประหยัดจากขนาดและจากขอบเขตที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน ทำให้กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรีและสุราษฎร์ธานี ยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นเดิม และในหลายกรณีอาจมากกว่าเดิมก็เป็นได้ นอกจากนี้ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการลงทุนในการพัฒนาธุรกิจของ



ผู้ประกอบการที่มีอยู่แต่เดิม จะทำให้เมืองท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและในราคาที่ถูกลงได้ ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันสูงยิ่งขึ้นไป เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย

ในสถานการณ์นี้ ถึงแม้ว่าการพัฒนาระบบเครือข่ายการขนส่งผู้โดยสาร โดยเฉพาะการสร้างสนามบินภูมิภาคที่เชื่อมต่อสายการบินต้นทุนต่ำ การขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าความเร็วสูง และการท่องเที่ยวด้วยการขับรถยนต์เอง (Car tourism) อาจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดยอดนิยมก็อาจเพิ่มขึ้นเช่นกัน จึงไม่ได้หมายความว่า การกระจุกตัวในพื้นที่ยอดนิยมจะลดลงไป

### การกระจายตัวเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยว

ในทางกลับกัน แม้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงมีการกระจุกตัวอยู่มาก แต่ปัจจัยขับเคลื่อนบางประการอาจส่งเสริมและเสริมฤทธิ์กันจนให้เกิดการกระจายตัวเชิงพื้นที่มากขึ้นในอีก 20 ปีข้างหน้า ทั้งแนวโน้มดิจิทัลวิถีชีวิตของการท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ไปจนถึงความสะดวกและต้นทุนในการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ การพัฒนาโครงข่ายรถไฟฟ้าความเร็วสูง และความนิยมของการท่องเที่ยวโดยรถยนต์

การพัฒนาและความแพร่หลายของแพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น และครอบคลุมไปถึงจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวที่อาจไม่ได้ได้รับความนิยมมาก่อนหน้านี้ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวกลายเป็นผู้สร้างเนื้อหาหรือคอนเทนต์ได้เอง (User-generated content) พื้นที่แปลกใหม่จะกลายเป็นเป้าหมายของการเดินทางมากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เคยมีมาก่อนได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ใหม่ก็เริ่มมีช่องทางที่เปิดกว้างมากขึ้นในการทำตลาดและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในพื้นที่ การใช้เครื่องมือออนไลน์ในด้านการตลาด ทั้ง SEO (Search Engine Optimization) และ SEM (Search Engine Marketing) เปิดโอกาสให้ตลาดและจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมีทางเลือกมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ดังนั้น เทคโนโลยีดิจิทัลอาจช่วยลดช่องว่างด้านการสื่อสารและข้อมูลระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวลง เปิดโอกาสให้พื้นที่ใหม่สามารถแข่งขันกับพื้นที่เดิมได้มากขึ้น

นอกจากนี้ การพัฒนากลุ่มเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual technology) ความเป็นจริงเสริม (Augmented reality) และความเป็นจริงผสม (Mixed reality) อาจเปิดโอกาสให้พื้นที่ใหม่ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสร้างเสริมสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือมีอยู่น้อยให้น่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในมิตินี้ ความหลากหลายของพื้นที่ (Space) เชื่อมโยงไปถึงพื้นที่เสมือนได้เช่นกัน การใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนและเทคโนโลยีอื่นๆ ที่คล้ายกัน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถ “ท่องเที่ยว” ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาประเทศไทยโดยตรง นั่นก็คือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวได้กระจายเข้าไปในพื้นที่เหล่านั้น โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องเดินทางไปเองก็ได้

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปก็อาจส่งผลให้พื้นที่การท่องเที่ยวกระจายตัวไปมากขึ้นเช่นกัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นไม่ได้ต้องการไปเพียงดูวิวทิวทัศน์ปราสาทพระราชวัง หรือสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ที่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนเดิมและไม่เหมือนกับชีวิตประจำวันของตนเอง นักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นต้องการประสบการณ์แท้ (Authentic) ที่ไม่ได้เกิดจากการสร้างและปรุงแต่ง โดยผู้ประกอบการ จึงนิยมท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ยังสามารถได้รับประสบการณ์ในรูปแบบดังกล่าวได้ เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมักเป็นเมืองใหญ่ ประสบการณ์ที่มีความท้าทายได้ยากขึ้น จึงอาจเป็นโอกาสของเมืองและพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงมากขึ้น

อีกแนวโน้มสำคัญที่อาจเป็นปัจจัยเสริมของแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการกระจายตัวเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยว คือการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในการทำงานและการพักผ่อน จากแต่เดิมเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตแบบอุตสาหกรรม (Industrial) เป็นการใช้ชีวิตแบบหลังอุตสาหกรรม (Post-industrial) การใช้ชีวิตแบบอุตสาหกรรมมีโครงสร้างชัดเจนแนวชีวิต คือทำงานตั้งแต่เช้ายันเย็น วันจันทร์ถึงศุกร์ และมีวันหยุดตามกำหนดที่ชัดเจน และมีการเดินทางจากบ้านไปทำงานที่สำนักงานที่ตายตัว กิจกรรมการพักผ่อนและการท่องเที่ยวจึงมีกำหนดการและรูปแบบที่ตายตัวตามรูปแบบการทำงาน

แนวโน้มหนึ่งที่เราเริ่มพบเห็นมากขึ้นในปัจจุบันมีคุณลักษณะยืดหยุ่นและลื่นไหลแบบหลังยุคอุตสาหกรรมมากขึ้น ทั้งในด้านความยืดหยุ่นของเวลาและสถานที่ทำงาน กล่าวคือ เป็นการทำงานที่บ้านผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีช่วงเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น ทำให้ความจำเป็นในการเดินทางไปสำนักงานน้อยลง แนวคิดการทำงานจากบ้าน (Work from home) ยิ่งแพร่ขยายมากขึ้นในช่วงโรคระบาดโควิด-19 พร้อมกันนี้รูปแบบการทำงานจากที่ไหนก็ได้ (Work from anywhere) และกลุ่มดิจิทัลโนแมด (Digital nomad) เริ่มปรากฏเห็นมากขึ้นในหลายเมือง หากแนวโน้มนี้กลายเป็นวิถีชีวิตและการทำงานกระแสหลักในอนาคต ก็อาจทำให้นิยามของคำว่า “ท่องเที่ยว” เปลี่ยนไปได้ วัตถุประสงค์ของการเดินทางไปพื้นที่ต่างถิ่นอาจเปลี่ยนแปลงไป และเส้นแบ่งระหว่างการทำงานกับการท่องเที่ยวอาจพร่าลง แนวโน้มดังกล่าวอาจทำให้เกิดการกระจายตัวของพื้นที่ “ท่องเที่ยว” มากขึ้นเช่นกัน

ในอนาคตอาจเกิดความต้องการเดินทางแบบใหม่ที่ไม่ใช่เพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก แต่อาจจะเดินทางเพื่อผจญภัย เรียนรู้ รักษากายและใจ และเติมเต็มชีวิต หากเป็นเช่นนั้นจริง ก็จะเป็นโอกาสของพื้นที่ต่างๆ ในประเทศไทยที่ไม่เคยเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวในกระแสหลักมาก่อน แต่อาจได้รับความนิยมจากความแตกต่างและความสามารถในการมอบประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้

ทั้งนี้ทั้งนั้น ความสะดวกและต้นทุนในการเดินทางจะยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายตัวออกไปจากแหล่งที่เป็นที่นิยมอยู่แต่เดิม ระบบการขนส่งสาธารณะทั้งทางอากาศและทางบกจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ก่อนหน้าสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 สายการบินต้นทุนต่ำถือเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการเดินทางและท่องเที่ยวไปในพื้นที่หลายแห่งได้ง่ายขึ้นและถูกลง หากสายการบินต้นทุนต่ำสามารถกลับมาให้บริการได้แบบเดิมไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ที่มีสนามบินรองรับ ก็อาจทำให้พื้นที่ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยกระจายตัวมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ความแออัดและความวุ่นวายของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมอื่นๆ ในเมืองท่องเที่ยวอาจเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวไปหาแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มากขึ้น ดังในกรณีของภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวหันไปเที่ยวกระบี่และพังงา จากเชียงใหม่ไปเชียงราย เป็นต้น แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทางเลือก

เหล่านี้อาจยังจำนวนน้อยอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองหลักที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่หากในอนาคตปัจจัยขับเคลื่อนต่างๆ เสริมฤทธิ์กัน ก็อาจทำให้เกิดการกระจายพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้นก็เป็นได้ โดยเฉพาะในกรณีการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยอาจเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นของประชาชนในประเทศไทย

นอกจากนี้ มาตรการและพฤติกรรมรักษาระยะห่างระหว่างบุคคลที่จำเป็นในช่วงโรคระบาดโควิด-19 อาจคงอยู่ต่อไปอีกจนกลายเป็นความปกติใหม่ นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งอาจเลือกพื้นที่ใหม่ที่ยังไม่ได้รับความนิยมจนแออัดมาก จึงทำให้เกิดการกระจายตัวของพื้นที่การท่องเที่ยวที่นอกเหนือไปจากจังหวัดยอดนิยมก่อนช่วงโควิด และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ใหม่ๆ เหล่านี้ ก็ยังทำให้เกิดกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นไปอีก จนกลายเป็นทางเลือกสำคัญในอนาคตได้

นอกจากปัจจัยขับเคลื่อนในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการขนส่งและแพลตฟอร์มดิจิทัลแล้ว ปัจจัยด้านนโยบายก็อาจทำให้เกิดการกระจายตัวของการท่องเที่ยวได้เช่นกัน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองที่ผ่านมามีแนวโน้มการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองเหล่านี้ไม่ได้มากเท่าใดนักด้วยเหตุผลหลายประการ โดยเฉพาะข้อจำกัดในด้านจำนวนและคุณภาพผังอุทยาน ทั้งผู้ประกอบการและโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างไรก็ตาม หากภาครัฐมีนโยบายการพัฒนาเมืองและกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นในภาพรวม ก็อาจทำให้เมืองรองเมืองเล็กมีโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะที่ดีขึ้น การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม และท้ายที่สุดจะทำให้การท่องเที่ยวในประเทศกระจายพื้นที่ไปได้มากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

กรณีนี้ก็ตาม การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมนั้น ก็ยังคงไม่ครอบคลุมไปทั่วประเทศอย่างเท่าเทียมกัน อย่างน้อยภายในเวลา 20 ปีที่เป็นขอบเขตเชิงเวลาของการคาดการณ์ในครั้งนี้ คำถามคือการกระจายตัวที่เชื่อว่าจะเกิดขึ้นได้ (Plausible) นี้จะขยายพื้นที่ครอบคลุมไปถึงขนาดไหน นอกเหนือจากจังหวัดยอดนิยม 5-6 แห่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในการนี้ คณะผู้วิจัยได้ประมวลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยและข้อมูลของแนวโน้มที่ผ่านมา และได้ข้อสรุปว่า โอกาสของการกระจายตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยน่าจะไม่เกิน 30 จังหวัด โดยที่จังหวัดที่มีชายทะเลทั้งหมด 18 จังหวัดน่าจะมีโอกาสพัฒนาขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่าในปัจจุบัน และอาจมีบางจังหวัด เช่น เชียงรายและเลย ที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปได้อีก อย่างไรก็ตาม หากปัจจัยขับเคลื่อนไม่เปลี่ยนแปลงไปตามที่ตั้งเป็นข้อสมมติไว้ข้างบน การกระจายตัวเชิงพื้นที่ก็อาจไม่เกิดขึ้นตามที่คาดการณ์ไว้

กล่าวโดยสรุป ในภาพอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวไทยในอีก 20 ข้างหน้า ภาพหนึ่งคือยังคงมีการกระจุกตัวอยู่อย่างชัดเจนในจังหวัดยอดนิยมประมาณ 5-6 แห่งตามสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในภาพตรงกันข้าม อาจเกิดการกระจายตัวไปยังอีกหลายจังหวัดถึงประมาณ 30 จังหวัด สองข้อของทางเลือกดังกล่าวเป็นอีกแกนหนึ่งในการสร้างฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต และมีนัยสำคัญในการวางแผนยุทธศาสตร์ต่อไป

**ตารางที่ 9.2 ทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวไทยในอนาคต**

การพัฒนาการท่องเที่ยว	ปัจจุบัน	ทางเลือกในอนาคต
<b>รูปแบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยว</b>		
รูปแบบการผลิต	รูปแบบการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นมาตรฐานและมีรูปแบบเหมือนหรือคล้ายกัน (Standardized) และเป็นการผลิตแบบซ้ำๆ จำนวนมาก (Mass production)	รูปแบบการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับสาขาเศรษฐกิจอื่นอย่างกว้างขวางและมีความหลากหลาย (Diversified) และเป็นการผลิตตามแบบปรับแต่งจำนวนมาก (Mass customization)
ยุทธศาสตร์ด้านราคา	เน้นผลิตภัณฑ์เหมือนกันหรือคล้ายกัน และแข่งขันด้วยการกำหนดราคาตามต้นทุน (Cost-based pricing strategy)	การประหยัดจากขอบเขต (Economies of scope) และเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และการกำหนดราคาด้วยคุณค่า (Value-based strategy)
แนวทางยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบพนัน (Gambling strategy)	ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่รับมือกับสถานการณ์พลิกผันได้ (Robust)
โอกาสและความท้าทาย	ความเสี่ยงสูง แต่มีโอกาสดำเนินการผลตอบแทนสูงถ้าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ได้รับความนิยมในตลาดเป้าหมาย	ความเสี่ยงต่ำ และในระยะสั้นอาจไม่สามารถสร้างรายได้สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเกมมิงไปไปที่ตลาดใดตลาดหนึ่ง
<b>การกระจายพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยว</b>		
การกระจายพื้นที่ท่องเที่ยว	การกระจุกตัวเชิงพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 5-6 จังหวัด	การกระจายตัวเชิงพื้นที่ในประเทศไทยจะไม่เกิน 30 จังหวัด
โอกาสและความท้าทาย	เกิดประโยชน์จากการประหยัดจากรวมกลุ่ม (Agglomeration) และศักยภาพของพื้นที่ที่มีความสามารถในการดึงดูดใจในเชิงกายภาพสูง และมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ในช่วงหลังโควิด นักลงทุนยังเน้นการลงทุนในเมืองหลักเนื่องจากไม่ยอมเสี่ยงในพื้นที่ใหม่ และนักท่องเที่ยวยังไม่กล้าไปแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีข้อมูลน้อย	เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์เอื้อต่อการเปิดพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหาเองได้มากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ใหม่ก็เริ่มมีช่องทางที่เปิดกว้างมากขึ้นในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในพื้นที่ใหม่มากขึ้น ช่วยลดช่องว่างด้านการสื่อสารและข้อมูลระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ และเป็นการเปิดโอกาสให้พื้นที่ใหม่สามารถแข่งขันกับพื้นที่เดิมได้มากขึ้น ความแออัดของพื้นที่ยอดนิยม ประกอบกับความต้องการระยะห่างจากผู้อื่น ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกไปพื้นที่ใหม่ๆ

### 9.1.2 ตระรกะฉากทัศน์ของอนาคตเศรษฐกิจท่องเที่ยวระดับเมือง

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ การพัฒนาภาพอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวไทยในอนาคตไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในระดับประเทศ แต่รวมไปถึงการสร้างภาพอนาคตทางเลือกในระดับเมือง โดยคณะผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร ในการสร้างตระรกะฉากทัศน์ระดับเมือง คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐกิจท่องเที่ยวในแต่ละเมือง ประกอบกับผลการสัมภาษณ์และการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละพื้นที่ ผลลัพธ์ที่ได้คือชุดของตระรกะฉากทัศน์ 2 ชุด ชุดหนึ่งสำหรับเชียงใหม่และภูเก็ต อีกชุดหนึ่งสำหรับกรุงเทพมหานคร ตามรายละเอียดดังนี้

#### 1) ตระรกะฉากทัศน์สำหรับเชียงใหม่และภูเก็ต

เมืองเชียงใหม่และภูเก็ตเป็นเมืองหลักในภูมิภาคที่มีขนาดที่อยู่ในลำดับศักยภาพรองลงมาจากมหานครกรุงเทพ หากนับเฉพาะในเขตเมือง ทั้งสองเมืองมีประชากรไม่ต่างกันมากเมื่อนับรวมถึงประชากรแฝงด้วย สำหรับในด้านเศรษฐกิจท่องเที่ยว ทั้งสองแห่งก็ถือว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวและมูลค่าเศรษฐกิจท่องเที่ยวรองมาจากกรุงเทพมหานคร และมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อีกทั้งยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในด้านการช้อปปิ้ง การกินดื่มและกิจกรรมนันทนาการต่างๆ

ในการเลือกแกนของปัจจัยขับเคลื่อนที่น่าจะมีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในทั้งสองเมืองนี้ สองประเด็นหลักที่ได้รับความสนใจและให้ความสำคัญจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทั้งสองพื้นที่ ได้แก่ (1) โครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะคุณลักษณะและสัญชาติของผู้ประกอบการในพื้นที่ และ (2) รูปแบบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะระดับความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการพึ่งพาการท่องเที่ยวของเศรษฐกิจในพื้นที่นั้น ประเด็นทั้งสองถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีผลกระทบอย่างมากต่ออนาคตของเศรษฐกิจท่องเที่ยวของทั้งสองเมืองในอนาคต แต่ยังคงมีความไม่แน่นอนว่า ภาพในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปจากภาพปัจจุบันหรือไม่และมากน้อยเท่าใด

ประเด็นเรื่องโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับเมืองที่สำคัญทั้งสำหรับภูเก็ตและเชียงใหม่เป็นเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ไม่แน่นอนว่าในอนาคตจะดำเนินการโดยผู้ประกอบการและนักลงทุนจากที่ไหน และการท่องเที่ยวจะมุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มไหนเป็นหลักและอย่างไร ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ให้ความสนใจมากเป็นพิเศษคือสัญชาติของผู้ประกอบการ

เรื่องคุณลักษณะและสัญชาติของผู้ประกอบการในพื้นที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เริ่มเห็นเป็นประเด็นสำคัญมาตั้งแต่ก่อนโรคระบาดโควิด-19 ในช่วงประมาณ 40 ปีของการเติบโตและพัฒนาของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ประกอบการจำนวนมากในพื้นที่ทั้งในเชียงใหม่และภูเก็ตต่างพัฒนาและขยายกิจการของตนเองเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จากที่แต่เดิมเป็นกิจการเล็กๆ ได้ขยายใหญ่และมีมาตรฐานมากขึ้น เช่น เจ้าของโรงแรมหลายแห่งเริ่มต้นจากการเป็นเจ้าของบ้านพักและบังกะโลริมชายหาด ผู้ประกอบกิจการทัวร์มาจากการเป็นมัคคุเทศก์มาก่อน เป็นต้น แต่เมื่อเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีชื่อเสียงมากขึ้นในระดับนานาชาติและระดับโลก โอกาสในการลงทุนมากขึ้น จึงเริ่มมีนักลงทุนจากต่างถิ่น ทั้งจากกรุงเทพมหานคร

และต่างประเทศมาพัฒนาโรงแรมและสถานประกอบการในพื้นที่มากขึ้น และกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญมากขึ้นในสองพื้นที่นี้

แนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงประมาณ 5 ปีที่ผ่านมาคือ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่จากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนยิ่งเพิ่มบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม ไม่เพียงเพราะจำนวนนักท่องเที่ยวจีนได้เพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด แต่รวมไปถึงการขยายขอบเขตการบริการด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ครอบคลุมเส้นทางผู้บริโภค (Customer journey) ตั้งแต่ก่อนเดินทางไปจนถึงบริการเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับภูมิลำเนาของตนเอง และครอบคลุมแทบทุกกิจกรรมในระหว่างการเดินทาง ทั้งการพักผ่อนและการเยี่ยมชมสถานที่ ไปจนถึงการซื้อของและการกินดื่ม การจ่ายเงินและทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันบนแพลตฟอร์มรูปแบบต่างๆ นี้ ยิ่งทำให้ความสามารถในการแข่งขันและบทบาทของผู้ประกอบการในท้องถิ่นลดลง และเพิ่มโอกาสการกินรวบของผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะจากต่างประเทศ นับเป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีนัยสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

ที่มาและคุณลักษณะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่กลายเป็นประเด็นที่เพิ่มความสำคัญมากขึ้นในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในท้องถิ่นทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความซบเซาระยะยาวที่เกิดจากโรคระบาดในครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โรงแรมและสถานบริการหลายแห่งต้องปิดกิจการลงไป โดยเฉพาะที่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น จึงเปิดโอกาสให้นักลงทุนที่มีกำลังทรัพย์สูงกว่าสามารถเข้ามาคว้านซื้อโรงแรมและกิจการอื่นๆ ได้ง่ายขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่และผู้เชี่ยวชาญในวงการค้าอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เริ่มบรรเทาลงบ้างนั้น มีนักลงทุนรายใหญ่ที่พยายามคว้านซื้อทรัพย์สินในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย ทั้งนักลงทุนในประเทศไทยเองและจากต่างประเทศ

แนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์โควิด-19 อาจไม่ฟื้นตัวเป็นแบบตัวอักษร V (ฟื้นตัวเร็วทันที) U (ฟื้นตัวช้า) W (ฟื้นตัวแบบขึ้นๆ ลงๆ) หรือแม้แต่ L (ไม่ฟื้นตัว) แต่มีโอกาสที่จะเป็นแบบอักษรตัว K ซึ่งหมายความว่า ผู้ประกอบการบางกลุ่มที่มีเงินทุนและสายป่านยาวจะสามารถฟื้นตัวและเติบโตได้เร็วและดีขึ้น ในขณะที่มีกลุ่มอื่นที่ต้องถดถอยหรือเลิกกิจการไป จึงมีความเหลื่อมล้ำเกิดขึ้นมากระหว่างผู้ประกอบการ หากสถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริงในวงกว้าง ก็ย่อมมีผลกระทบต่อภาพอนาคตของการท่องเที่ยวในแต่ละเมืองในยุคหลังโรคระบาดโควิด-19 ในระยะกลางและระยะยาว

แกนตรรกะในการวิเคราะห์ฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ตสามารถสรุปได้ดังรูปที่ 9.2 โดยแต่ละแกนตรรกะมีรายละเอียด ดังนี้

โครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เน้นผู้ประกอบการต่างชาติ



โครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เน้นผู้ประกอบการไทย

รูปที่ 9.2 แกนตรรกะจากทัศนคติของการท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต

**แกนจากทัศนคติ 1: โครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว – การประกอบการโดยคนไทยหรือต่างชาติ**

ภาพอนาคตของโครงสร้างอุตสาหกรรม (Industry structure) ในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่งยังคงมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูงในระยะกลางและระยะยาว คำว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมในที่นี้หมายถึงคุณลักษณะพื้นฐานที่กำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าที่ใกล้เคียงกัน อาทิ จำนวนผู้ประกอบการ ความยากง่ายในการเข้าออกจากตลาด ความใกล้เคียงกันของสินค้า เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งสองแห่ง รวมถึงหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง พบว่า ประเด็นด้านโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีนัยสำคัญสำหรับทั้งสองพื้นที่มีทั้งเรื่องขนาดของการลงทุนและแหล่งที่มาของนักลงทุนและผู้ประกอบการในพื้นที่ แม้ว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในพื้นที่ยังคงเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น แต่ก็มีความชัดเจนว่ามีนักลงทุนจากต่างถิ่นเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะจากต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อทั้งสองเมืองมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงย่อมเป็นเรื่องธรรมดาที่จะมีนักลงทุนจากที่อื่นให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจในสองพื้นที่นี้มากขึ้นกว่าเดิม

ดังนั้น หากทั้งสองเมืองได้รับความนิยมมากขึ้นในระดับนานาชาติและระดับโลก ประเด็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่และภูเก็ตจะเป็นใคร มาจากไหน และขนาดลงทุนเท่าไร จะยังคงมีความไม่แน่นอนสูงในระยะกลางและระยะยาว กล่าวคือ ในอนาคตมีโอกาสเป็นไปได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวในทั้งสองพื้นที่อาจยังคงเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่พัฒนาและขยายธุรกิจเรื่อยมาจากเดิม หรือเป็นผู้ประกอบการต่างถิ่น โดยเฉพาะจากกรุงเทพมหานครและจากต่างประเทศ

การเข้ามาของทุนต่างประเทศมีนัยสำคัญทั้งต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมในพื้นที่ และมีผลกระทบต่อองค์ประกอบด้านอื่นๆ ของพื้นที่ ในกรณีที่เป็นการลงทุนของกลุ่มทุนขนาดใหญ่จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีน รูปแบบและขนาดของธุรกิจน่าจะมีขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากประเทศจีน ความประหยัดจากขนาดจะกลายเป็นพื้นฐานสำคัญของการทำธุรกิจ การสร้างโรงแรม สวนสนุกหรือธีมปาร์ค ห้างสรรพสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ มีแนวโน้มที่จะเป็นขนาดใหญ่ และน่าจะมีความเชื่อมโยงน้อยกับชุมชนที่มีอยู่แต่เดิมในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรณีของเชียงใหม่ ซึ่งมีชุมชนดั้งเดิมที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานมากแต่เดิมและซ้อนทับกับพื้นที่ท่องเที่ยวในปัจจุบัน

แนวโน้มดังกล่าวยิ่งชัดเจนในกรณีของภูเก็ต จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่าผู้ประกอบการโรงแรมมีแนวโน้มจะเป็นรายใหญ่และเป็นทุนจากต่างชาติมากขึ้น นักลงทุนต่างชาติไม่เพียงมีเงินลงทุนเท่านั้น แต่ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลและตลาดได้โดยตรง โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นบริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยวรายใหญ่ที่มีแพลตฟอร์มเป็นของตนเอง หรือสามารถรวบรวมห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำได้ การขยายตัวของบริษัทแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวจะยิ่งมีผลต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง และมีโอกาสที่ผู้ประกอบการดั้งเดิมในท้องถิ่นจะกลายเป็นเพียงองค์ประกอบเสี้ยวหนึ่งของแพลตฟอร์มในระดับโลกหรือระดับนานาชาติ

การเข้ามาของผู้ประกอบการต่างชาติในกรณีของภูเก็ตไม่ได้จำกัดอยู่เพียงนักลงทุนรายใหญ่เท่านั้น จากการสำรวจและสอบถามในพื้นที่พบว่า กิจกรรมหลายแห่งและหลายประเภทดำเนินการโดยผู้ประกอบการต่างชาติ เช่น ร้านอาหาร ไกด์ทัวร์ ครูสอนดำน้ำ ฯลฯ ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความได้เปรียบในด้านภาษา ซึ่งสามารถสื่อสารโดยตรงได้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนในเชียงใหม่ ก็เริ่มมีคนจีนเข้ามาปักหลักและตั้งถิ่นฐาน เพื่ออยู่อาศัยและประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น หากแนวโน้มนี้จะกลับมาเป็นเหมือนเดิมและเพิ่มต่อไปอีกหลังโรคระบาดโควิด-19 ได้จบลง ก็มีโอกาเป็นไปได้ที่โครงสร้างอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในสองจังหวัดจะเปลี่ยนแปลงไปมากจากภาพปัจจุบัน

โครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรูปแบบการดำเนินกิจการในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของผู้ประกอบการ รูปแบบผลิตภัณฑ์ การนำเสนอสินค้าด้านการท่องเที่ยว ไปจนถึงมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า ในขณะเดียวกัน โครงสร้างอุตสาหกรรมยังมีผลต่อองค์ประกอบอื่นๆ ภายในระบบท่องเที่ยว รวมถึงผลกระทบที่มีต่อพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งผลกระทบด้านเศรษฐกิจสังคมที่มีต่อชุมชน และในด้านกายภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงนัยด้านการเมืองและกระบวนการนโยบายสาธารณะอีกด้วย

ตามกลไกตลาดเสรี การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่หนึ่งย่อมดึงดูดให้มีผู้ประกอบการพยายามเข้ามาประกอบการในธุรกิจนี้มากขึ้นในพื้นที่นั้น ทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวระดับโลกและระดับท้องถิ่น แต่การเติบโตด้วยแรงผลักดันของกลุ่มผู้ประกอบการที่ต่างกันก็มักมีรูปแบบที่แตกต่างกันและก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต่างกัน หากเป็นผู้ประกอบการในระดับโลก อาจจะสามารถตอบสนองความต้องการด้วยบริการที่มีมาตรฐานได้สูงขึ้น มีการลงทุนในเทคโนโลยีขั้นสูง ต้นทุนสูงราคาสูง และมีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูง แต่ก็จะมีคนแข่งขันในตลาดน้อย ในทางกลับกัน ถ้าเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น ด้วยทุนที่มี



อยู่อาจจะสามารถตอบสนองด้วยมาตรฐานบริการได้ในระดับหนึ่ง ราคาไม่สูงมาก จึงเปิดให้มีการแข่งขันกันและโอกาสในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการในท้องถิ่นมากขึ้น

ตามแนวโน้มที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน การพัฒนาและแพร่ขยายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้เกิดการพลิกผันในแทบทุกด้านของระบบท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อแพลตฟอร์มดิจิทัลและการบรรจบกันของธุรกิจที่แต่เดิมแยกออกจากกัน (Industry convergence) จะทำให้ภูมิทัศน์ของการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป โดยเปิดโอกาสให้ผู้เล่นใหม่ๆ จากนอกพื้นที่และจากนอกอุตสาหกรรมเดิม สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดท้องถิ่นได้มากขึ้น ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตอาจไม่เคยอยู่ในธุรกิจนี้มาก่อนก็เป็นได้ เช่น บริษัทแพลตฟอร์มดิจิทัล แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบนัยความสำคัญของนักลงทุนต่างถิ่นระหว่างจากกรุงเทพมหานครและจากต่างประเทศแล้ว คณะผู้วิจัยเห็นว่า การลงทุนจากต่างชาติมีนัยสำคัญมากกว่า ทั้งในเชิงขนาดของการลงทุนที่อาจเกิดขึ้นได้ ผลกระทบต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น และนัยเชิงกฎหมายและนโยบายกำกับ สองข้อหลักของแกนฉากทัศน์นี้จึงเป็นการประกอบการโดยคนไทยกับการประกอบการโดยต่างชาติ

## **แกนฉากทัศน์ที่ 2: รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว – เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย**

ในช่วงกว่า 20 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจ้างงานที่นับเป็นสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเทียบกับสาขาเศรษฐกิจอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการท่องเที่ยวคิดรวมเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 47 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด สัดส่วนที่สูงมากนี้จึงสื่อให้เห็นว่า จังหวัดทั้งสองพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การพึ่งพาดังกล่าวสื่อถึงความเสี่ยงเชิงระบบของเศรษฐกิจท้องถิ่น ในช่วงเวลาที่การท่องเที่ยวเติบโตอย่างเต็มที่ เศรษฐกิจโดยรวมของเมืองก็ดีไปด้วย แต่เมื่อใดที่การท่องเที่ยวซบเซาหรือถดถอย เศรษฐกิจทั้งหมดก็ได้รับผลกระทบไปพร้อมกัน อนาคตทางเลือกของเศรษฐกิจในอนาคตคือการลดการพึ่งพาเศรษฐกิจสาขาใดสาขาหนึ่ง และขยายฐานเศรษฐกิจของเมืองให้หลากหลายมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การขยายฐานเศรษฐกิจให้หลากหลายมากขึ้นนั้นเป็นเรื่องยากและต้องใช้เวลาอันยาวนาน อีกทั้งจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์และนโยบายเชิงยุทธศาสตร์อย่างชัดเจนและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การขยายฐานเศรษฐกิจให้เกิดความหลากหลายมีคุณลักษณะของสถานะเส้นทางบังคับ (Path dependency) การตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ในปัจจุบันจึงมีผลอย่างมากต่อเส้นทางพัฒนาในอนาคต

ทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์หนึ่งของการขยายความหลากหลายของฐานเศรษฐกิจที่มีอยู่แต่เดิมคือการสร้างอุตสาหกรรมหรือธุรกิจขึ้นมาใหม่ โดยไม่มีฐานเดิมอยู่เลย อย่างไรก็ตาม การเพิ่มอุตสาหกรรมหรือธุรกิจใหม่ที่ไม่เคยมีฐานมาก่อนในพื้นที่เป็นเรื่องที่ยากมาก เนื่องจากการพัฒนาฐานเศรษฐกิจใหม่จำเป็นต้องมีทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม รวมถึงความรู้และทักษะของแรงงานในจำนวนและคุณภาพที่พอเพียง ทางออกหนึ่งที่หลายประเทศให้ดำเนินการมานานคือการกำหนดพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ (Special economic zone) ที่สามารถก้าวพ้นอุปสรรคด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นได้ในระดับหนึ่ง แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะประสบความสำเร็จเสมอไป

อีกทางเลือกหนึ่งของยุทธศาสตร์การเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจไปพร้อมกับการลดระดับการพึ่งพาเศรษฐกิจสาขาใดสาขาหนึ่งคือ การขยายและต่อยอดฐานเศรษฐกิจที่มีอยู่แต่เดิมให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ในกรณีเศรษฐกิจท่องเที่ยว แนวทางนี้สื่อถึงการต่อยอดและเชื่อมโยงการผลิตสินค้าและบริการที่เชื่อมโยงเข้ากับการท่องเที่ยว โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ตั้งต้นและอุปสงค์หลักในการผลักดันสินค้าหรือการบริการนั้นในช่วงแรกของการพัฒนาธุรกิจ แต่พยายามขยายตลาดให้ก้าวพ้นการพึ่งพาเพียงอุปสงค์จากนักท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อขยายตลาดและลดความเสี่ยงจากการท่องเที่ยว

เมื่อประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในการคาดการณ์อนาคตทางเลือกของเมืองท่องเที่ยวหลักของไทยในกลุ่มเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ระดับการพึ่งพาการท่องเที่ยวของภูเก็ตอยู่ในระดับที่สูงที่สุด โดยฐานเศรษฐกิจในภาพรวมก็ไม่ได้หลากหลายเท่ากับกรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ อนาคตฐานของเศรษฐกิจของเมืองภูเก็ตก็ยังคงจะเป็นการท่องเที่ยวอยู่ ดังนั้น ภายในช่วงเวลา 20 ปีข้างหน้า ซึ่งกำหนดให้เป็นขอบเขตเชิงเวลาของการคาดการณ์ในงานนี้ ภาพที่เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตจะไม่พึ่งพาการท่องเที่ยวในระดับสูง จึงแทบเป็นไปได้

หากพิจารณาความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวควบคู่กับเศรษฐกิจเมืองของพื้นที่กรณีศึกษา พบว่าในแต่ละพื้นที่ที่มีความหลากหลายขององค์ประกอบ 2 เศรษฐกิจที่แตกต่างกัน โดยพื้นที่ที่มีความหลากหลายสูงมากทั้งในเชิงเศรษฐกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเมือง คือ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากการเป็นเมืองศูนย์กลางที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจในเมืองอย่างหลากหลาย และเศรษฐกิจท่องเที่ยวก็ถูกผูกโยงเข้ากับเศรษฐกิจเมืองอย่างแยกไม่ออก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในศูนย์การค้าชั้นนำ การท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตสมัยใหม่ และการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ทำให้เศรษฐกิจท่องเที่ยวมีความหลากหลายตามไปด้วย

ในขณะที่เศรษฐกิจท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ตค่อนข้างจะมีลักษณะเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและนันทนาการในพื้นที่แหล่งดึงดูดใจสำคัญเป็นหลัก และยังมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ ของเมืองไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากฐานเศรษฐกิจเมือง จะพบว่าเชียงใหม่ยังคงมีความหลากหลายของเศรษฐกิจเมืองทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การศึกษา การแพทย์ ที่จะสามารถเชื่อมโยงเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับท่องเที่ยวได้ ในขณะที่ภูเก็ตความหลากหลายของเศรษฐกิจเมืองอาจจะต่ำกว่า ทำให้โอกาสที่จะพัฒนาการเศรษฐกิจท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายอาจจะน้อยกว่า ทั้งนี้ สามารถสรุปรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเมืองของพื้นที่ศึกษาได้ดังตารางที่ 9.3

ตารางที่ 9.3 รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเมืองของพื้นที่ศึกษาในปัจจุบัน

	เศรษฐกิจเมือง		
	เศรษฐกิจท่องเที่ยว	เชิงเดี่ยว	เชิงหลากหลาย
เชิงเดี่ยว		ภูเก็ต	เชียงใหม่
เชิงหลากหลาย		x	กรุงเทพฯ

กระนั้นก็ตาม หากเชื่อว่าการขยายฐานเศรษฐกิจให้หลากหลายยังคงเป็นเรื่องจำเป็น แนวทางหนึ่งคือการนำเข้าสู่ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในภูมิภาคและเชียงใหม่ ตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจแม้ยังมีความไม่แน่นอนสูงคือ ธุรกิจด้านการเงินคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) หรือที่รู้จักในชื่อว่าสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งใช้บล็อกเชน (Blockchain) เป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน ดังในกรณีนโยบาย “เกาะบล็อกเชน (Blockchain Island) ของประเทศมอลตา (Visram, 2018) และนโยบายที่คล้ายกันของประเทศมอริเชียส (Stanley, 2017) และเกาะคิช (Kish) ในประเทศอิหร่าน (DailyAlts, 2021) ซึ่งล้วนแล้วแต่มุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศในเกาะเหล่านี้ให้เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลดิจิทัลต่างๆ และเอื้อต่อการขุดเหมือง (Mining) เงินสกุลดิจิทัล

อีกแนวทางหนึ่งในการขยายฐานการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาจเน้นการส่งเสริมให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น พร้อมกับการกระตุ้นการแตกสาขาเศรษฐกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวให้ได้รับการพัฒนาจนสามารถเพิ่มมูลค่าและสัดส่วนทางเศรษฐกิจ อาทิ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การแพทย์ การศึกษา การกีฬา การบันเทิง รวมไปถึงการผลิตอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น อีกแกนหนึ่งของตรรกะฉากทัศน์ของอนาคตการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและเชียงใหม่คือ รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยมีขั้วตรงข้ามสองขั้วคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่ยังคงเน้นการพักผ่อนและการเที่ยวชมอย่างที่เคยเป็นมาในอดีต กับเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลาย ซึ่งขยายกิจกรรมให้กว้างไปมากกว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเดิม และเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นมากขึ้น

ตามที่ได้อธิบายไปแล้วในส่วนของตรรกะฉากทัศน์สำหรับระดับประเทศ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวสู่ถึงการพึ่งพาการท่องเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวแบบพักผ่อนชายหาดในกรณีของภูเก็ต หรืออาจสู่ถึงการเน้นตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น เน้นตลาดจีน เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวมุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นโดยตรงและนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เน้นสินค้ามาตรฐานที่เหมือนหรือคล้ายกัน

ส่วนความหลากหลายของการท่องเที่ยวนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ในหลายระดับ เริ่มจากความหลากหลายของจำนวนภูมิภาค สัญชาติ และรุ่นวัยของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ความหลากหลายของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในระหว่างเส้นทางผู้บริโภค รวมถึงความหลากหลายของสินค้าและบริการที่เกิดจากการแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) ตามเศรษฐกิจฐานะหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ในการเลือกแกนของฉากทัศน์ระยะยาวของเมืองท่องเที่ยวหลักของไทย คณะผู้วิจัยได้ขยายความหมายของความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยเสนอว่าเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายไม่ได้เป็นเพียงการเพิ่มจำนวนกิจกรรมหรือสินค้าที่ขายให้กับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่หมายถึงการขยายฐานของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคสินค้าและบริการที่กว้างกว่านักท่องเที่ยว ความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวจึงเป็นการต่อยอดและพัฒนาความเชื่อมโยงของกิจกรรมการท่องเที่ยวกับสาขาเศรษฐกิจอื่นไปพร้อมกัน ทั้งในด้านการผลิตและการบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตในธุรกิจต่อยอดนี้ไม่ได้พึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่สามารถขายสินค้าหรือการบริการของตนเองได้ทั้งกับ

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่ และให้กับผู้บริโภคในตลาดที่อยู่นอกพื้นที่เมืองนั้น ไม่ว่าจะเป็ตลาดภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศ

เป้าหมายหลักคือให้นัก “ท่องเที่ยว” มีความผูกพันอะไรบางอย่างกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์หรือการบริการบางอย่างที่เกิดขึ้นในประเทศไทย แม้ว่าจะไม่ได้มีโอกาสเดินทางมาเมืองไทยก็ตาม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ คนไทยจำนวนมากนิยมรับชมการแข่งขันฟุตบอลอังกฤษ และมีความรู้สึกร่วมในการแข่งขันแต่ละแมทช์ ผู้ชมเหล่านี้ไม่เคยเดินทางไปสัมผัสกับบรรยากาศในสนามแข่งโดยตรงได้ แต่ก็สามารถได้รับประสบการณ์ที่สร้างความตื่นเต้นและความสุขให้กับตนเองได้ หากปรับเปลี่ยนนิยามของคำว่า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุมกว้างขวางเพิ่มขึ้น โดยเน้นที่การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันทั่วไป กิจกรรมหลายๆ อย่างสามารถสร้างประสบการณ์ดังกล่าวได้ แม้ว่าคนคนนั้นไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่จริงได้ก็ตาม พัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ให้ใกล้เคียงกับประสบการณ์จริง ทั้ง VR/AR/MR ก็อาจเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ การ “ท่องเที่ยว” ในอนาคตได้ คุณค่า (Value) ของการท่องเที่ยวจึงไม่ได้มาจากการที่ได้เยือนสถานที่นั้นเพียงอย่างเดียว

ตามนิยามที่กว้างขึ้นนี้ การเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวทำให้เกิดความหลากหลายในฐานะเศรษฐกิจของเมืองไปโดยปริยาย เพราะหมายถึงการขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเพิ่มผลิตภัณฑ์และการบริการที่เกี่ยวข้อง แต่อาจไม่ได้มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวโดยตรงเสมอไป

## 2) ตรรกะฉากทัศน์ของอนาคตการท่องเที่ยวในมหานครกรุงเทพ

กรุงเทพมหานครมีลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวดังที่เกิดกับมหานครระดับโลกอื่นๆ เช่น นิวยอร์ก ลอนดอน ปารีส และโตเกียว ในมหานครระดับโลกเหล่านี้ ผู้คนเดินทางเข้าออกเมืองอยู่ตลอดเวลาด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ทั้งการเดินทางมาทำงาน การค้าการพาณิชย์ หรือการเยี่ยมชมญาติและเพื่อนฝูง รวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่และพักผ่อนแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป ดังนั้น การเดินทางจึงอาจมีหลายวัตถุประสงค์อยู่พร้อมกันก็ได้ รูปแบบการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท่องเที่ยวในมหานครระดับโลกดังเช่นกรุงเทพฯ จึงแตกต่างอย่างมากจากเมืองท่องเที่ยวขนาดรองลงมา เช่น ภูเก็ตและเชียงใหม่ โดยเฉพาะมีการประจุกตัวของกิจกรรมที่ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งจากความประหยัดจากขนาดและความประหยัดจากขอบเขต (Scale and scope economies)

ในการกำหนดตรรกะฉากทัศน์ของอนาคตการท่องเที่ยวของมหานครกรุงเทพ ซึ่งรวมทั้งกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คณะผู้วิจัยได้จัดการประชุมกลุ่มย่อยและได้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม เกณฑ์สำคัญในการเลือกตรรกะฉากทัศน์คือเป็นปัจจัยมีผลกระทบหรือความท้าทายสูงสำหรับการท่องเที่ยวและยังมีความไม่แน่นอนสูงในระยะกลางและระยะยาว พบว่า ปัจจัยขับเคลื่อนที่จะมีผลอย่างมากต่อเศรษฐกิจท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในอนาคตคือสถานการณ์น้ำท่วม ทั้งที่เกิดจากน้ำไหลหลากจากทางภาคเหนือและเกิดจากน้ำทะเลที่ระดับสูงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ประกอบกับความสามารถในการบริหารจัดการน้ำท่วมภายในพื้นที่

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีผลกระทบระดับโลกและระดับอารยธรรมของมนุษย์ จึงเป็นปัจจัยที่คาดหมายได้ว่าในอนาคตต่อจากนี้ไปในระยะยาวจะมีผลกระทบอย่าง

มากต่อการท่องเที่ยวไม่เฉพาะในประเทศไทย แต่ในระดับโลก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นแนวโน้มที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าเกิดขึ้นจริง นัยของการเปลี่ยนแปลงระดับโลกที่เกิดขึ้นในระดับพื้นที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง เนื่องจากข้อจำกัดของมนุษย์ในการทำนายขนาด ความเข้มข้น และระดับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ

สำหรับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยด้านภูมิอากาศที่คาดว่าจะมีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในอีก 20 ปีข้างหน้าคือน้ำท่วม ด้วยลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นที่ลุ่มต่ำ ประกอบกับปัญหาพื้นที่ดินทรุดลงเรื่อยมา อีกทั้งการพัฒนาเมืองทำให้คูคลองที่เคยเป็นทางระบายน้ำตามธรรมชาติลดน้อยลงไป ทำให้การเกิดน้ำท่วมขังในพื้นที่เมืองเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในฤดูฝนของทุกปี ภาพอนาคตหนึ่งเกิดขึ้นได้คือการเกิดน้ำท่วมเป็นประจำในความถี่ ระดับและขอบเขตที่ไม่แตกต่างจากปัจจุบันมากเท่าใด ในกรณีดังนี้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครก็คงไม่มากเท่าใดนัก

ในทางกลับกัน ในอีก 20 ปีข้างหน้า พื้นที่มหานครกรุงเทพมหานครมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกโดยตรง ทั้งจากระดับน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงความถี่และปริมาณน้ำที่ไหลหลากจากภาคเหนือมากขึ้นกว่าแนวโน้มในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โอกาสที่พื้นที่มหานครกรุงเทพจะประสบปัญหาน้ำท่วมในระดับเดียวกับที่เกิดขึ้นใน พ.ศ. 2554 ก็มีความเป็นไปได้สูง หากน้ำท่วมในระดับดังกล่าวหรือระดับสูงกว่าเกิดขึ้นอีกและมีความถี่มากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในหลายด้านด้วยกัน

ระดับน้ำท่วมมีผลอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวและต่ออาคารสถานที่ที่เป็นที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ระดับน้ำท่วมที่แตกต่างกันย่อมมีผลกระทบที่แตกต่างกัน ทั้งในระดับที่สร้างความรำคาญและไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ไปจนถึงระดับที่สร้างความเสียหายกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและผู้คนทั่วไปโดยทั่วไป หากไม่มีน้ำท่วมเลยหรือมีน้ำท่วมขังบ้างเล็กน้อย แต่ผู้คนและนักท่องเที่ยวยังพอเดินทำได้ ก็ไม่น่าจะมีผลกระทบมากนักต่อประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเยือนสถานที่ต่างๆ แต่เมื่อระดับน้ำเพิ่มสูงขึ้นก็ย่อมมีผลกระทบต่อการเดินทาง ไม่เพียงเฉพาะสำหรับการเดินเท้า แต่รวมไปถึงการเดินทางด้วยรถยนต์

นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครต่างก็อยู่ติดหรือใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาและคูคลองต่างๆ ระดับน้ำที่เพิ่มสูงขึ้นและน้ำท่วมที่ถี่มากขึ้นย่อมมีผลกระทบโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ไม่เพียงเฉพาะวัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวัง และวัดวาอารามสำคัญหลายแห่งที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงโรงแรม ห้างสรรพสินค้า ตลาดและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ของกรุงเทพมหานครเกือบทั้งหมดจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากน้ำท่วมขังเป็นเวลานาน อาคารโบราณสถานย่อมได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม แม้ว่าพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์จะอยู่ในระดับพื้นที่สูงกว่าหลายพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร แต่ก็มีความเสี่ยงสูงที่จะถูกน้ำท่วมได้ ถ้าระดับน้ำท่วมเพิ่มสูงขึ้นมาก

อีกด้านหนึ่งของผลกระทบจากน้ำท่วมคือการสัญจรเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในเมือง การบริหารจัดการระบบการขนส่งเดินทาง รวมถึงบริการพื้นฐานอื่นๆ ของเมืองตั้งอยู่บนเงื่อนไขของ “เมืองแห่ง” สภาพน้ำท่วมขึ้นอยู่เป็นเวลานานจะทำให้ระบบการให้บริการของเมืองหยุดชะงักลงได้ และจะมีผลกระทบทั้งกับการดำรงชีวิตของผู้คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

ในอนาคตระยะ 20 ปีข้างหน้า จากการทบทวนวรรณกรรมและสอบถามผู้เชี่ยวชาญในด้านน้ำท่วม พบว่า แม้แต่ในกลุ่มนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ก็ไม่สามารถยืนยันด้วยความมั่นใจได้ว่า ระดับและความถี่ของน้ำท่วมที่จะเกิดในพื้นที่มหานครกรุงเทพจะเป็นอย่างไร ในภาพหนึ่งก็อาจไม่แตกต่างสถานการณ์ในปัจจุบันเท่าใดนัก แต่ในอีกภาพหนึ่งอาจเพิ่มความรุนแรงอย่างมากจนคนจำนวนมากต้องย้ายออกจากเมืองไปอย่างถาวรก็ได้ ปัจจัยน้ำท่วมจึงถือเป็นปัจจัยไม่แน่นอนสำคัญที่สามารถนำมาใช้กำหนดเป็นแกนในการพัฒนาจากทัศน์ของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้ ทั้งสองข้อข้างต้นก็มีนัยในเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวที่แตกต่างกัน

การกำหนดตรรกะจากทัศน์ของอนาคตเศรษฐกิจท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในงานนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานการณ์น้ำท่วมเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลัก โดยไม่ได้เลือกอีกปัจจัยหนึ่งขึ้นมาไขว้กันแบบ 2x2 ดังในกรณีของฉากทัศน์ในระดับประเทศและในระดับเมืองของภูเก็ตและเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสร้างฉากทัศน์ตามระดับความเข้มข้น (Intensity level) ของน้ำท่วม ในการนี้ คณะผู้วิจัยได้สรุปเลือกเกณฑ์ 2 ประการ คือ (1) ระดับน้ำท่วมในมหานครกรุงเทพ และ (2) ระยะเวลาในการท่วม

สำหรับในการจินตนาการจากทัศน์ของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยได้กำหนดระดับน้ำท่วมที่มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยวและการดำเนินชีวิตในกรุงเทพมหานคร ตามรายละเอียดดังตารางที่ 9.4

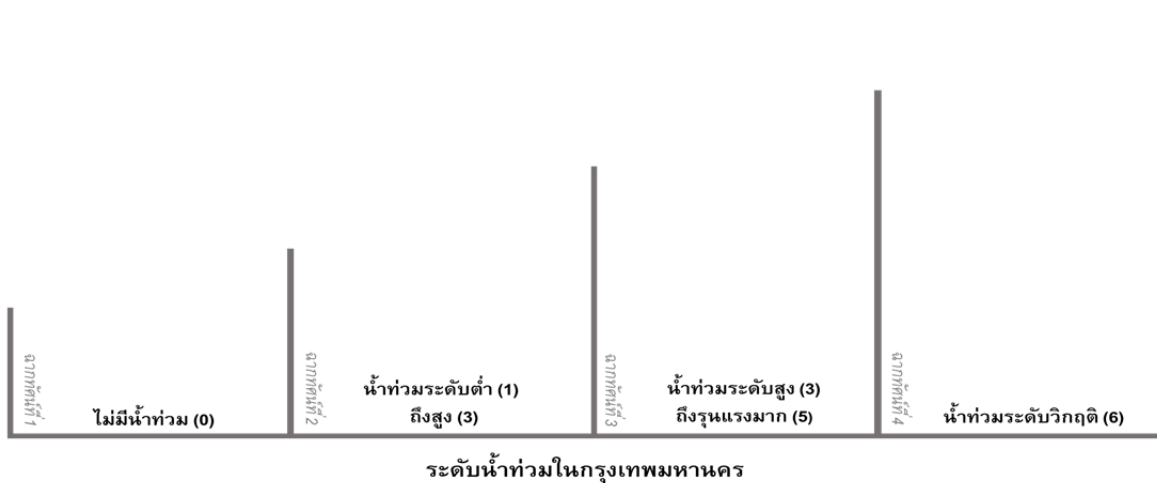
**ตารางที่ 9.4 ระดับน้ำท่วมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร**

ระดับ/นิยาม	ระดับการท่วม	เงื่อนไขของฝนตกและการระบายน้ำ	ตัวอย่างพื้นที่
0-แห้ง	ไม่มีน้ำท่วม	-	-
1-ต่ำ	ต่ำกว่า 20 เซนติเมตร น้ำท่วมผิวทางจราจร รถทุกขนาดผ่านได้ น้ำไม่ท่วมขึ้นถึงทางเท้า	ค่าฝนตกที่เกิดซ้ำในรอบ 2 ปี และฝนตกหนักต่อเนื่องไม่เกิน 2 ชั่วโมง รอกการระบายตามธรรมชาติ สามารถระบายออกได้ภายใน 30 นาที	พื้นที่ทั่วไปที่มีน้ำขังและรอกการระบาย
2-ปานกลาง	ระดับน้ำ 20-40 เซนติเมตร ท่วมผิวทางจราจรในระดับที่รถยนต์เล็กผ่านได้ สูงพอที่ท่วมถึงทางเท้า จนสร้างความเดือดร้อนรำคาญสำหรับคนเดินเท้า แต่ยังไม่ทำให้เกิดความเสียหายระดับโครงสร้างต่อบ้านเรือนและทรัพย์สินมากนัก	ค่าฝนตกที่เกิดซ้ำในรอบ 2 ปี และฝนตกหนักต่อเนื่องเกิน 2 ชั่วโมง และมีฝนตกก่อนหน้าระบายออกได้ภายในไม่เกิน 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง	น้ำท่วมพื้นที่เมืองในย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ
3-สูง	ระดับน้ำ 40-80 เซนติเมตร ท่วมผิวทางจราจร รถเล็กผ่านได้ลำบาก จนถึงผ่านไม่ได้ มีน้ำท่วมไหลเข้าอาคารบ้านเรือนท่วมขังจนทำให้เกิดความเสียหายกับโครงสร้างในระดับที่ต้องซ่อมแซม	ค่าฝนตกที่เกิดซ้ำในรอบ 2 ปี และฝนตกหนักต่อเนื่องเกิน 2 ชั่วโมง และมีฝนตกก่อนหน้าจำนวนมาก ทำให้มีน้ำเต็มระบบระบายน้ำที่มีอยู่ในพื้นที่เดิมต่ำหรือมีเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ สามารถระบายออกได้ภายใน 24 ชั่วโมง	น้ำท่วมพื้นที่ต่ำในเมือง อาทิ พื้นที่หัวหมาก

ตารางที่ 9.4 (ต่อ)

ระดับ/นิยาม	ระดับการท่วม	เงื่อนไขของฝนตกและการระบายน้ำ	ตัวอย่างพื้นที่
4-รุนแรง	ระดับน้ำตั้งแต่ 80 เซนติเมตรขึ้นไป ท่วมผิวทางจราจรขนาดใหญ่ไม่สามารถผ่านได้ ท่วมอาคารบ้านเรือน จนไม่สามารถใช้งานได้ในบางบริเวณ ท่วมขังจนเกิดความเสียหายกับโครงสร้างพื้นฐานในระดับที่ต้องฟื้นฟู	ค่าฝนตกที่เกิดซ้ำในรอบ 5 ปี และฝนตกหนักต่อเนื่องเกิน 2 ชั่วโมง และมีฝนตกก่อนหน้าจำนวนมาก ทำให้มีน้ำเต็มระบบระบายน้ำที่มีอยู่ มีน้ำท่วมขังอยู่บริเวณโดยรอบ พื้นที่เดิมต่ำ หรือมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานระยะเวลาท่วมขังตั้งแต่ 1 วัน ถึง 1 สัปดาห์	น้ำท่วมบนถนนลาดพร้าว
5-รุนแรงมาก	น้ำท่วมในระดับที่สูงจนเดินทางด้วยพาหนะทางบกไม่ได้ในวงกว้าง ระยะเวลาหนานมากกว่า 1 วัน จนถึงการท่วมขังนานกว่า 1 สัปดาห์ ส่งผลความเสียหายกับโครงสร้างพื้นฐานในระยะยาว และมีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน ถึงขั้นต้องมีการอพยพชั่วคราว	ค่าฝนตกที่เกิดซ้ำในรอบ 10 ปี และฝนตกหนักต่อเนื่องเกิน 2 ชั่วโมง และมีฝนตกก่อนหน้าจำนวนมาก ทำให้มีน้ำเต็มระบบระบายน้ำที่มีอยู่ พื้นที่เดิมต่ำ หรือมีเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ น้ำทะเลหนุน และเงื่อนไขอื่นในการบริหารจัดการ	น้ำท่วมครั้งใหญ่ใน พ.ศ. 2554
6-วิกฤต	ท่วมในระดับที่สูงจนเดินทางทางบกไม่ได้ในวงกว้างหรือในพื้นที่ส่วนใหญ่ของกรุงเทพฯ ระยะเวลาหนานมากกว่า 1 วัน จนถึงการท่วมขังนานกว่า 1 สัปดาห์ หรือท่วมขังสูงแต่ระบุรูปแบบไม่ได้ ส่งผลให้เกิดความเสียหายกับโครงสร้างพื้นฐาน ภูมิทัศน์ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันในระยะยาวจนถึงขั้นอพยพย้ายถิ่นฐาน และส่งผลต่อการปรับการใช้ประโยชน์ที่ดินในระยะยาว	การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกที่อ้างอิงค่าการเกิดซ้ำที่ 12 ปีขึ้นไป แต่กลับมาเกิดทุกปี หรือ 2 ปีครั้ง	ยังไม่เคยเกิดขึ้น แต่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นกับพื้นที่ฝั่งตะวันออกของกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ติดทะเล

ระดับน้ำท่วมที่กำหนดตามระดับน้ำและระยะเวลาการท่วมขังถือเป็นเกณฑ์พื้นฐานที่ใช้สร้างจากทัศนในขนาดของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยจะแบ่งฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ฉากทัศน์ดังรูปที่ 9.3



### รูปที่ 9.3 ตรรกะฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

#### 9.2 ตัวบ่งชี้ฉากทัศน์

เมื่อได้ตรรกะฉากทัศน์ที่ใช้เป็นกรอบของพฤติกรรมฉากทัศน์ (Scenario behaviors) แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดกำหนดตัวบ่งชี้หรือตัวอธิบายฉากทัศน์ (Scenario descriptors) เพื่อให้เห็นภาพของปัจจัยต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันภายในฉากทัศน์เดียวกัน และเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างฉากทัศน์ทั้ง 4 ฉาก ตัวบ่งชี้ในการกำหนดฉากทัศน์ในงานนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามแนวคิดระบบท่องเที่ยวที่วิเคราะห์มาแล้วก่อนหน้านี้ ได้แก่ (1) อุปทานการท่องเที่ยว (2) อุปสงค์การท่องเที่ยว และ (3) ผลกระทบจากการท่องเที่ยว แสดงดังตารางที่ 9.5 อย่างไรก็ตาม ในการคาดการณ์อนาคตการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปีข้างหน้า เทคโนโลยีดิจิทัลจะยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นและจะเป็นตัวเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าการท่องเที่ยว ตารางที่ 9.6 แสดงตัวอย่างตัวบ่งชี้ฉากทัศน์ในอนาคตการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นหมุดหมายของการมองภาพความเป็นไปได้ของตัวบ่งชี้ต่างๆ ในระยะ 20 ปีข้างหน้า

#### ตารางที่ 9.5 ตัวบ่งชี้ฉากทัศน์อนาคตการท่องเที่ยวไทย

กลุ่มระบบ	ตัวบ่งชี้ฉากทัศน์
ด้านอุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว</li> <li>• กำลังแรงงานในภาคการท่องเที่ยว</li> <li>• ลักษณะผู้ประกอบการรายย่อย</li> <li>• ลักษณะสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>• ประเภทสิ่งดึงดูดใจหลักด้านการท่องเที่ยว</li> </ul>
ด้านอุปสงค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนและผู้ประกอบการ</li> <li>• บุคลิกภาพ</li> <li>• เส้นทางผู้บริโภค</li> <li>• มุมมองเกี่ยวกับเวลาและพื้นที่</li> </ul>
ด้านผลกระทบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ความสามารถในการรองรับทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม</li> </ul>



ตารางที่ 9.6 ตัวอย่างตัวบ่งชี้จากทัศนวิสัยในอนาคตการท่องเที่ยวไทย

ตัวบ่งชี้	องค์ประกอบย่อย	ตัวอย่างองค์ประกอบในอนาคต
โครงสร้างพื้นฐาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงสร้างพื้นฐานทางอากาศสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศ และระหว่างจังหวัด</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานทางภาคพื้นดิน</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางภายในเมือง</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานเฉพาะเจาะจงสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การขนส่งเดินทาง น้ำ ไฟฟ้า</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เทคโนโลยีที่น่าจะมีบทบาทในการบริหารการท่องเที่ยวในอนาคต เช่น Blockchain, cryptocurrency, Big Data, Automation, VR/AR. Data infrastructure</li> <li>• ลักษณะที่พิก: Camping, eco-pods, rentals, Airbnb</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล: ระบบแปลภาษา, Advanced and massive information processing</li> <li>• รถไฟฟ้าความเร็วสูง</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพ</li> </ul>
กำลังแรงงานในภาคการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>• แรงงาน</li> <li>• ระบบหน้าบ้านและหลังบ้าน (Front &amp; back offices)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• หุ่นยนต์จะเข้ามาแทนที่แรงงานคน</li> <li>• อนาคตของแรงงาน: เหลือเฉพาะกลุ่มบริการที่เป็น High touch และแรงงานสร้างสรรค์และนวัตกรรม</li> <li>• ระบบจ้างพนักงานตามความต้องการ (Staff on demand) (UNWTO, 2019)</li> </ul>
ลักษณะผู้ประกอบการรายย่อย	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ขนาดของผู้ประกอบการ</li> <li>• ห่วงโซ่มูลค่าระดับโลกและระดับประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• แนวโน้มการให้บริการท่องเที่ยว: Personalized/customized, Emotive, Attribute-led, e-Commerce + Tourism (Bremner, 2020)</li> <li>• การเข้าถึงตลาดใหม่ของ SMEs ด้วยเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัล</li> <li>• ความเหลื่อมล้ำจากการเข้าถึงโอกาสและประโยชน์ทางดิจิทัลของธุรกิจขนาดเล็ก (OECD, 2020c)</li> </ul>
ลักษณะสื่อสังคมออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บทบาทของนักท่องเที่ยวอินฟลูเอนเซอร์ (Travel influencers) (IOETI, 2020)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เน้นประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสมากขึ้น (Increased sensory richness)</li> <li>• การรวมออนไลน์ / ออฟไลน์และการบรรจบกันอย่างสมบูรณ์ (Online/offline integration and complete convergence)</li> <li>• โซเชียลมีเดียโดยผู้ที่ไม่ใช่มนุษย์ (Social media by non-humans) (Appel, Grewal, Hadi, &amp; Stephen, 2020)</li> <li>• ธุรกิจท่องเที่ยวถูกแบ่งให้ย่อยลง</li> <li>• คนทั่วไปที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของห้องพักใน Airbnb มากขึ้น (Bearne, 2018)</li> </ul>
ประเภทสิ่งดึงดูดใจหลักด้านการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• แหล่งท่องเที่ยวเชิงกายภาพ หรือเชิงเสมือน</li> <li>• ประสบการณ์ตามธรรมชาติ หรือ ประสบการณ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมา</li> </ul>

**ตารางที่ 9.6 (ต่อ)**

ตัวบ่งชี้	องค์ประกอบย่อย	ตัวอย่างองค์ประกอบในขนาด
รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนและผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความไว้วางใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความสัมพันธ์ออนไลน์กับความสัมพันธ์แบบออฟไลน์</li> </ul>
บุคลิกลักษณะ (Personas) เส้นทางผู้บริโภค (Customer journeys)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• นักท่องเที่ยวจีนและไทยรุ่นใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การท่องเที่ยวแบบปัจเจกและกลุ่มเล็กมากขึ้น</li> <li>• การเดินทางเพื่อการฟื้นฟู ผจญภัย เต็มเต็ม เรียนรู้ทักษะใหม่ (Hammond, 2019)</li> </ul>
มุมมองเกี่ยวกับเวลาและพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความสำคัญของเวลาและพื้นที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พื้นที่: การบรรจุหรือแยกกันระหว่างพื้นที่กายภาพกับดิจิทัล</li> <li>• เวลา: ทุกเวลา (ออนไลน์) หรือเฉพาะบางเวลา</li> </ul>
ผลกระทบจากการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การกระจายรายได้และความมั่งคั่ง</li> <li>• เงินทริฟิเคชัน (Gentrification)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม</li> </ul>
ความสามารถในการรองรับทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความขัดแย้งและการต่อต้านทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความยั่งยืน</li> </ul>

**9.3 จากทัศนอนาคตการท่องเที่ยวไทย**

จากตรรกะจากทัศนและตัวบ่งชี้จากทัศนที่กำหนดไว้ข้างต้น สามารถพัฒนาเป็นรายละเอียดของจากทัศนที่แสดงภาพอนาคตทางเลือกในระดับประเทศและในระดับเมืองได้ดังนี้

**9.3.1 จากทัศนระดับประเทศ**

**1) จากทัศนการท่องเที่ยวไทย**

ตามที่ได้นำเสนอไปในบทที่แล้ว อนาคตฐานของการท่องเที่ยวไทยในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 อีก 5-10 ปีข้างหน้าจะขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและมีรูปแบบเป็นแพลตฟอร์มอย่างเต็มที่ ในขณะที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็มีความหลากหลาย มีพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงสูง และเน้นประสบการณ์ส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น อนาคตฐานที่ค่อนข้างแน่นอนนี้จะยังคงดำเนินไปอีกระยะหนึ่ง ดังนั้นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในระยะสั้นหลังจากที่สถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลายลงบ้างจึงควรตอบรับการแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

ส่วนอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวไทยในระยะยาวอีก 20 ปีข้างหน้าสามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ฉากทัศน์ตามแกนปัจจัยขับเคลื่อน 2 ประการที่นำมาไขว้กันแบบ 2x2 คือ แกนของรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่เป็นเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย และแกนของการกระจายตัวของการท่องเที่ยวว่าจะกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดยอดนิยม 5 อันดับแรกเหมือนในปัจจุบันหรือจะกระจายพื้นที่ออกไปยังจังหวัดอื่นๆ ใน 30 อันดับแรก ภายใต้ฉากทัศน์แต่ละภาพมีความซับซ้อนของประเด็นต่างๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย ภาพอนาคตทางเลือกมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายและภาพอนาคตที่พึงประสงค์ที่แตกต่างกัน

### การท่องเที่ยวกระจุกตัวในจังหวัด 5 อันดับแรก



### การท่องเที่ยวกระจายตัวไปจังหวัดท่องเที่ยว 30 อันดับ

## รูปที่ 9.4 ฉากทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

**ฉากทัศน์ที่ 1: The Avengers - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่เด่นนำเฉพาะพื้นที่**

**ภาพรวมฉากทัศน์**

ฉากทัศน์นี้สื่อถึงภาพการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปีข้างหน้าประเทศไทยได้มีการพัฒนาระบบท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองจุดประสงค์การเดินทางที่หลากหลายระดับนานาชาติและระดับโลก ไม่จำกัดอยู่เพียงการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่และการพักผ่อนจากชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการเดินทางเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ หาความรู้ ทักษะใหม่ รักษาสุขภาพและเสริมสร้างพลานามัย หรือเติมเต็มความต้องการของชีวิต ระบบการท่องเที่ยวไทยในฉากนี้มุ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนที่มุ่งค้นหาประสบการณ์เฉพาะตามที่ตนสนใจ หรือต้องการเติมเต็มชีวิตด้วยประสบการณ์ใหม่ๆ เดินทางเพื่อผจญ

ภัย กิจกรรมและพื้นที่ท่องเที่ยวในอนาคตจึงมีการพัฒนาขึ้นมาโดยเฉพาะ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้อย่างลึกซึ้งและตรงตามความต้องการ

แต่ละกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมา ก็มีความโดดเด่นในระดับสากลที่สามารถเป็นจุดขายได้ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย รูปแบบและองค์ประกอบของกิจกรรมที่หลากหลายนี้อาจมีกลิ่นอายของความเป็นท้องถิ่นหรือความเป็นไทยแบบดั้งเดิมอยู่บ้าง แต่ในภาพรวมแล้วมีความเป็นนานาชาติและสากล (Cosmopolitan) สูง ทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจึงมีความหลากหลายมาก และไม่จำกัดเฉพาะคนไทย ประเทศไทยจึงเหมือนเป็นแหล่งรวมสินค้าและการบริการระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและโดดเด่น โดยเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการมาจากที่ไหนก็ได้ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังตัวละครนำในภาพยนตร์ The Avengers

ความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้ไม่จำกัดอยู่เพียงในธุรกิจท่องเที่ยว แต่เป็นระบบเปิดที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมและระบบเศรษฐกิจอื่นๆ ได้อย่างดี เช่น การเกษตร การแพทย์ การกีฬา การศึกษา อุตสาหกรรมท้องถิ่น การดนตรี เป็นต้น ในฉากทัศน์นี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญและเป็นอุปสงค์สำคัญของธุรกิจอื่นๆ ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจฐานความรู้ และเศรษฐกิจการผลิตแนวใหม่ (New manufacturing industries) ที่มีการบรรจบและหลอมรวมกันของเทคโนโลยีและธุรกิจบริการและการผลิตที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เดินทางและผู้บริโภค และความสามารถในการตอบสนองของกลุ่มกิจกรรมที่ผู้เดินทางต้องการ

ตามเงื่อนไขด้านความหลากหลายและความเป็นสากลของฉากทัศน์ข้างต้น พื้นที่ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวจึงไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้ทั่วไปได้ แต่ยังคงเกิดขึ้นเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมของไทย 5 อันดับแรก ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยเฉพาะในพื้นที่เมือง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวสูงทำให้การให้บริการด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความได้เปรียบในการทุนทรัพยากรการท่องเที่ยว ทุนทรัพย์และทุนมนุษย์ที่มีอยู่แต่เดิม ประกอบกับขนาดประชากรท้องถิ่นที่ใหญ่มากพอ ทำให้จังหวัดเหล่านี้สามารถขยายตัวด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมอื่นๆ ได้หลากหลายและมีฐานกว้างมากขึ้น เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่มีความเด่นนำในระดับสากลจึงเกิดขึ้นเฉพาะในเมืองหลักที่มีฐานการท่องเที่ยวและธุรกิจสืบเนื่องอยู่แล้ว

ในฉากทัศน์นี้ เมืองท่องเที่ยวที่มีฐานการท่องเที่ยวหลักอยู่แล้วและมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในปัจจุบัน มีโอกาสในการขยายขอบเขตฐานเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่หลากหลายมากกว่าพื้นที่อื่น เนื่องจากมีทั้งความประหยัดจากการกระจุกตัว ทั้งแบบความประหยัดจากขนาดและความประหยัดจากขอบเขต ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ จึงสามารถดึงเอาศักยภาพด้านอื่นๆ ของพื้นที่มาเชื่อมโยงหรือเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวหลักด้วยกัน ทำให้ระบบการท่องเที่ยวโดยรวมมีผลิตภาพที่สูงขึ้น เส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้จึงมีความหลากหลาย และเกิดจากการเชื่อมโยงศักยภาพหลายด้านเข้าด้วยกัน

ตัวอย่างเช่น เมืองหลักของการท่องเที่ยวทั้งกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่และภูเก็ต จะยังสามารถเพิ่มความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่กลมกลืนไปกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา การแพทย์ และนันทนาการอื่นๆ ของเมือง ผู้ผลิตสินค้าสร้างสรรค์สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้จนสามารถขายได้ทั่ว

โลกผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่เฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในพื้นที่เท่านั้น ในขณะที่เดียวกัน ก็มีการพัฒนาสถาบันการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่ผสมผสานประสบการณ์การเรียนรู้แบบการบรรยายและแบบปฏิบัติการ ซึ่งใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเสมือน AR/VR/MR สถาบันการเรียนรู้บางแห่งเปิดขึ้นใหม่โดยนักลงทุนระดับโลกที่ร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น แต่ก็มีสถาบันบางแห่งพัฒนาขึ้นมาจากหลักสูตรเดิมของมหาวิทยาลัยดั้งเดิมที่อยู่ในพื้นที่ และพยายามปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดความรู้ที่เปลี่ยนแปลงไป

จากตัวบ่งชี้ฉลากทัศน์ที่กำหนดไว้ข้างต้น องค์ประกอบของระบบท่องเที่ยวตามฉลากทัศน์ที่ 1 มีรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้

### **ด้านอุปทานการท่องเที่ยว**

**โครงสร้างพื้นฐาน** เศรษฐกิจท่องเที่ยวที่หลากหลายจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับความหลากหลายได้ แนวโน้มหลักที่ถือเป็นอนาคตฐานของฉลากทัศน์นี้คือโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางทางอากาศ โดยมีสายการบินที่บินตรงถึงแหล่งท่องเที่ยวเมืองท่องเที่ยวหลักจากทั่วโลก ส่วนในการเดินทางภาคพื้นดินก็มีหลายทางเลือก ทั้งรถไฟความเร็วสูงรวมไปถึงรถยนต์ไร้คนขับ ส่วนในพื้นที่ที่เป็นความสนใจเฉพาะที่เป็นปลายทางย่อยก็จะมีแท็กซี่ไร้คนขับที่สามารถนำทางไปถึงจุดหมายที่ต้องการได้เพียงแค่ป้อนข้อมูลบนจุดหมายปลายทางที่ต้องการ

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้น มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินการเป็นพื้นฐานอยู่ทั่วไป เช่น ในด้านที่พัก มีการกระจายของที่พักไปทั่วทุกพื้นที่ที่ผู้เดินทางไปถึงผ่านระบบจองออนไลน์ และมีที่พักหลากหลาย นับตั้งแต่โรงแรมและที่พักตามบ้าน ไปจนถึงการจองกุฏิเพื่อการจำวัด เช่น การจองเต็นท์นอนในป่ากลางเมืองที่กำหนดพื้นที่ไว้เฉพาะสำหรับการพักแรม เป็นต้น

ในฉลากทัศน์นี้ การสร้างฐานเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่กว้างกว่ากิจกรรมท่องเที่ยวโดยตรง จำเป็นต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศของนวัตกรรม (Innovation eco-system) ในระดับเมือง ซึ่งรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและผู้ผลิตที่เกี่ยวข้อง และการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินในการสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

**แรงงานในภาคการท่องเที่ยว** ในเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่เป็นสากลนี้ แรงงานที่เกี่ยวข้องก็มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ก็มีความรู้และทักษะเฉพาะทางมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากต้องให้บริการหรือผลิตสินค้าที่มีความเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ทำงานด้านสร้างสรรค์ที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและกิจกรรมอื่นๆ และทำหน้าที่เป็นผู้มอบประสบการณ์ให้กับผู้เดินทาง อีกทั้งยังต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ แรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวจึงไม่จำกัดเพียงคนไทย แต่มีคนหลายชาติหลายภาษาหลายทักษะที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ในขณะที่เดียวกัน ความต้องการแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวแบบเดิมจะลดน้อยลง เนื่องจากการให้บริการและการดำเนินการต่างๆ จะใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์มากขึ้น นับตั้งแต่การจอง การให้ข้อมูล การชำระเงิน ความต้องการแรงงานจะมีลักษณะเป็นครั้งคราวตามความต้องการ (Staff on demand) ที่มีแพลตฟอร์มออนไลน์ในการบริหารจัดการแรงงานให้ตรงตามความต้องการ อย่างไรก็ตาม ในกิจกรรม

ท่องเที่ยวที่เป็นบริการระดับหรูหราและบริการด้านสุขภาพยังคงต้องการแรงงานให้บริการที่เป็นคน เนื่องจากลูกค้ายังคงต้องการบริการแบบ High touch แต่แรงงานกลุ่มนี้ก็ไม่มีเพียงพอคนไทย

ในฉากทัศน์นี้ เนื่องจากเศรษฐกิจท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวในเมืองหลัก การหลั่งไหลของแรงงานเข้าเมืองใหญ่ก็ยังคงมีต่อไป ทั้งจากเมืองอื่นของประเทศไทยและจากต่างประเทศ จึงยิ่งทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองใหญ่กับเมืองเล็กและชุมชนชนบทของประเทศไทยมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

**ผู้ประกอบการ** ในฉากทัศน์นี้จะมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นจำนวนมากในพื้นที่เมืองหลัก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กและรายย่อย ทำให้มีการผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากให้ลูกค้าที่เป็นผู้เดินทางมาในพื้นที่และผู้ให้บริการในพื้นที่อื่นๆ ของโลกผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ แพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่จำกัดเพียงแพลตฟอร์มที่เป็นอีคอมเมิร์ซและโลกเสมือน (Virtual world) เท่านั้น แต่รวมไปถึงแพลตฟอร์มเชิงวิเคราะห์ที่ใช้ระบบการบริหารจัดการข้อมูล (Data Management Platform) รวมถึงบริการปัญญาประดิษฐ์ต่างๆ ทั้ง Machine learning และอัลกอริทึมที่ใช้ได้ในการทำนาย (Predictive algorithms) ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถปรับการผลิตและบริการให้ลูกค้าได้หลายหลาย ยืดหยุ่นและกว้างไกลมากขึ้น

ในเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายแบบสากลนี้ การผลิตและการบริการท่องเที่ยวมีการผูกโยงในเชิงห่วงโซ่มูลค่ากับเศรษฐกิจอื่นๆ ในชุมชนเมืองอย่างใกล้ชิด การสร้างมูลค่าเพิ่มจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงการเยี่ยมชมโดยตรงของนักท่องเที่ยวทั้งหมดดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

**สื่อสังคมออนไลน์** ในอีก 20 ปีข้างหน้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องปกติของชีวิตประจำวันของคนทั่วไป แม้ว่าคนรุ่นใหม่จำนวนมากจะเริ่มเอาชีวิตตนเองออกจากสื่อสังคมออนไลน์ คนจำนวนมากใช้ชีวิตที่ยืดโยงกับสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ๆ ดังนั้น อนาคตการท่องเที่ยวไทยไม่ว่าจะเป็นฉากทัศน์ไหนก็ตาม การประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงยังใช้สื่อออนไลน์แทบทั้งหมด สื่อออนไลน์ในระดับโลกมีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้งานจำนวนมาก การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงต้องใช้บริการสื่อออนไลน์เหล่านี้ อย่างไรก็ตาม การขายสินค้าและบริการจะต้องให้ข้อมูลและนำเสนอภาพที่เป็นประสบการณ์แบบใหม่ โดยเน้นการนำเสนอโดยผู้มีอิทธิพลที่เป็นคน (Human influencer) ร่วมกับผู้มีอิทธิพลที่ไม่ใช่คน (Virtual influencer) ไปด้วยกัน อวตาร (Avatar) บนโลกที่ผสมผสานกันระหว่างโลกกายภาพกับโลกเสมือนจริงจะเป็นบุคลิกภาพที่เป็นที่นิยมและลอกเลียนแบบในการเดินทางท่องเที่ยวและการสร้างประสบการณ์

อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะเฉพาะในฉากทัศน์นี้คือเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ที่ผลิตออกมาโดยนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคเน้นเรื่องราวและประเด็นที่เกี่ยวกับเมืองหลักเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นการตอกย้ำความนิยมในเมืองหลักเหล่านี้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้นไปเรื่อยๆ จนเกิดความแตกต่างอย่างมากกับเมืองรองและเมืองเล็กทั่วประเทศ

**แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว** ในฉากทัศน์นี้ แหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ใน 5 เมืองยอดนิยม โดยที่ทะเล ภูเขา ศูนย์การค้าและร้านอาหารยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก แต่ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย โดยกิจกรรมต่างๆ มีความเป็นสากลสูง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเมืองและมีความเป็นนานาชาติมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย ในเมืองชั้นนำเหล่านี้ ไม่เพียงจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวและพักผ่อนที่หลากหลายแล้ว การ

บริการทั้งด้านอาหารและการบันเทิงก็หลากหลายและเป็นสากลมาเช่นกัน เช่น ร้านอาหารเปรูที่ภูเก็ต ร้านขายโกโก้ที่ใช้ผงโกโก้แท้จากโกตดิวัวร์ (Côte d'Ivoire) ที่เชียงใหม่ เป็นต้น

ผู้ประกอบการและผลิตสินค้าเหล่านี้สามารถพัฒนาสินค้าของตนเองได้ในระดับมีคุณภาพสูงพอที่สามารถส่งออกไปยังเมืองอื่นและประเทศอื่นได้ โดยไม่ต้องพึ่งการขายเฉพาะนักท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่นักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมเยียนเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการขยายชื่อเสียงแบบปากต่อปาก และผ่านการรีวิวบนแพลตฟอร์มระดับโลก ขณะเดียวกัน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็ไม่จำกัดอยู่เพียงแหล่งผลิตในประเทศไทย แต่นำเข้าจากทั่วโลกด้วยเช่นกัน ยกเว้นในบางกรณีที่ต้องการเน้นย้ำภาพลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นและความยั่งยืนจากการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น เช่น การปลูกโหระพาอิตาลีแบบใหญ่ (Italian Basil) แบบออร์แกนิกในภูเก็ต เพื่อนำส่งร้านอาหารยุโรปในภูเก็ต หรือการปลูกพริกเซอราโน (Serrano pepper) สำหรับร้านอาหารเม็กซิกัน เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน พัฒนาการด้านเทคโนโลยีความจริงเสมือนทั้ง VR/MR/AR ทำให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นในเชิงการรับรู้และสัมผัสเพื่อสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคล กิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่หายากสามารถเข้าถึงได้ผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือนได้ดีขึ้น บางกิจกรรมที่เกิดขึ้นไม่บ่อยครั้งหรือเข้าถึงได้ยากในโลกกายภาพ ก็สามารถทำซ้ำขึ้นได้ง่ายขึ้นด้วยการสร้างสถานการณ์จำลอง (Simulation)

กระนั้นก็ตาม เทคโนโลยีความจริงเสมือนยังคงมีขีดจำกัดในการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ครบถ้วนได้ในกิจกรรมหลายๆ อย่าง โดยเฉพาะกิจกรรมเกิดจากปฏิสัมพันธ์ของคนในเวลาและพื้นที่เดียวกัน ซึ่งมักเป็นกิจกรรมตามวิถีชีวิตประจำวันและกิจกรรมของคนในชุมชนเมือง ประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และเติมเต็มทางจิตใจเหล่านี้ไม่สามารถจำลองผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือนได้ทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ในอนาคตจึงยังคงมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่นั้นเพื่อสัมผัสประสบการณ์ดังกล่าวได้โดยตรง แต่เทคโนโลยีความจริงเสมือนก็จะช่วยเพิ่มขยายฐานของนักท่องเที่ยวได้กว้างไกลไปทั่วโลกมากขึ้น

**รูปแบบความสัมพันธ์** ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก การท่องเที่ยวพัฒนาไปด้วยฐานเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ งานพื้นฐานต่างๆ ทั้งงานบริการส่วนหน้า (Front office) และงานเบื้องหลัง (Back office) จึงดำเนินการผ่านระบบอัตโนมัติเป็นหลัก ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนและผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ในการบริการระดับหรูหราและราคาแพง ยังจะมีการใช้คนมากขึ้น การสัมผัสกับมนุษย์ (Human touch) จึงกลายเป็นสินค้าหรูหราในอนาคต

### ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว

**บุคลิกและเส้นทางผู้บริโภค** นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม เส้นทางผู้บริโภคจึงมีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน แม้ว่านักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่การท่องเที่ยวไทยก็ยังคงกระจุกอยู่ใน 5 จังหวัดยอดนิยมเช่นเดิม ส่วนหนึ่งเป็นข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมของผู้ประกอบการที่ไม่เท่ากันในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งด้วยชื่อเสียงของจังหวัดยอดนิยมทั้ง 5 แห่ง นักท่องเที่ยวจึงยังให้ความสำคัญกับเมืองหลักเหล่านี้ มากกว่าพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย ซึ่งสามารถไปท่องเที่ยวสัมผัสได้บ้างผ่านทางช่องทางความจริงเสมือน

จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่กระจุกอยู่ภายในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาความหลากหลายควบคู่ไปกับการแสวงหาโอกาสต่างๆ จากการเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมทั้งในเชิงการค้าค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ การเดินทางมาพบปะคนรู้จัก และการหาโอกาสทางเศรษฐกิจ รวมถึงการเข้ามาใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบด้านความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก นักท่องเที่ยวกลุ่มสำคัญจึงเป็นกลุ่มที่ลักษณะที่มุ่งแสวงหาความหลากหลาย ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสั่งอำนวยความสะดวกและบริการจากความเป็นเมืองและความเป็นสากลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเดินทางที่มากกว่าการพักผ่อน บุคลิกเด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองทางสายอาชีพ (*The enhancer*) ที่จะอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวหลักเพื่อแสวงหาโอกาสทางอาชีพและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่หลากหลายของพื้นที่
- นักท่องเที่ยวผู้หลีกเลี่ยงหนีเมืองไปสู่ประสบการณ์เชิงลึก (*The in-depth escaper*) เป็นกลุ่มที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศชีวิตแบบเพื่อการผ่อนคลายจากความตึงเครียดในเมืองพร้อมกับการค้นหาประสบการณ์เชิงลึก แต่ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการความสะดวกสบาย
- นักท่องเที่ยวผู้ชอบสานสัมพันธ์ (*The relationship builder*) เป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบาย และใช้เวลาาร่วมกันกับผู้ร่วมเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยว

#### ด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยว

ภายใต้ฉากทัศน์นี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวและการผลิตส่วนอื่นในเศรษฐกิจท่องเที่ยวจะยังคงกระจุกในเมืองท่องเที่ยวหลัก ทั้งในส่วนธุรกิจท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนโดยตรง กับส่วนการผลิตและการบริการอื่นๆ ก็อยู่ในพื้นที่เมืองหรือจังหวัดเดียวกัน การเชื่อมโยงนอกพื้นที่อย่างมากก็เป็นเชื่อมโยงกันระหว่างเมืองหลักด้วยกันเองหรือกับเมืองอื่นๆ ในต่างประเทศ การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยมีอยู่ไม่มากนัก ดังนั้น ความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดการเติบโตและขยายฐานรายได้กับภาคเศรษฐกิจอื่นมากขึ้น แต่ยังคงจำกัดอยู่เพียงในพื้นที่จังหวัดเดียวกันเสียเป็นส่วนใหญ่

แม้ว่ากิจกรรมท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นบนออนไลน์และโลกเสมือนมากขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนและค้างแรมในเมืองหลักเหล่านี้ก็ยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ปัญหาการท่องเที่ยวล้นเกินเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในเมืองท่องเที่ยวหลัก โดยเฉพาะในจุดท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ โครงสร้างพื้นฐานในมหานครกรุงเทพฯ อาจสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและนักเดินทางจำนวนมากได้ แต่เมืองหลักอื่นๆ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี กระบี่ ก็ยังประสบกับปัญหาความสามารถในการรองรับของเมืองไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมากได้

การสร้างความปลอดภัยของกิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการผลิตและการบริการเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ช่วยกระจายความเสี่ยงเชิงระบบที่เกิดขึ้นจากการที่เศรษฐกิจไทยพึ่งพาการท่องเที่ยวแบบเดิมมากเกินไป อย่างไรก็ตาม การกระจุกตัวเชิงพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดยอดนิยมเช่นเดิม ก็ทำให้เกิดความเสี่ยงที่พื้นที่เหล่านั้นอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น ภัยพิบัติธรรมชาติ ทั้งที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำและที่เพิ่มความถี่และความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก



นอกจากนี้ การกระจุกตัวของการท่องเที่ยวก็อาจทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับคามนิยม ดังที่เกิดขึ้นมาแล้วก่อนสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

## ฉกทศน์ที่ 2: บางระจัน – เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายระดับฐานรากในวงกว้าง

### ภาพรวมฉกทศน์

ในฉกทศน์นี้ ระบบการท่องเที่ยวไทยเป็นรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายเช่นเดียวกับฉกทศน์ที่ 1 กล่าวคือ ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมีความหลากหลายทั้งในเชิงกิจกรรมและเชิงพื้นที่ อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับเศรษฐกิจสาขาอื่น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่ได้พึ่งตลาดเฉพาะลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นผลิตภัณฑ์และการบริการที่สามารถขายได้ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์และพื้นที่เสมือนจริงต่างๆ

คุณลักษณะที่แตกต่างจากฉกทศน์ที่ 1 คือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายในฉกทศน์นี้มีฐานกว้างกว่าในฉกทศน์แรก ทั้งในเชิงสาขาการผลิตและเชิงพื้นที่ เนื่องจากในฉกทศน์นี้ กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการผลิตและการบริการสืบเนื่องต่างๆ ไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่จังหวัดยอดนิยมเพียง 5 แห่ง แต่ครอบคลุมไปในวงกว้างอย่างน้อย 30 จังหวัดทั่วประเทศที่เป็นเมืองรองและเมืองเล็กที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว แม้กระทั่งจังหวัดที่ไม่ได้อยู่ใน 30 อันดับแรก ก็ได้รับประโยชน์สืบเนื่องจากกิจกรรมที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจท่องเที่ยวกับการค้า การบริการและการผลิตรูปแบบต่างๆ ภายในห่วงโซ่อุปทานที่หลากหลาย ความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวในฉกทศน์นี้จึงผูกโยงกับความเป็นท้องถิ่นระดับฐานรากมากกว่าฉกทศน์แรก ผลิตภัณฑ์และการบริการเด่นๆ ก็มาจากหลากหลายพื้นที่ในประเทศไทย จึงได้ชื่อฉกทศน์ว่า “บางระจัน”

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในฉกทศน์นี้ มุ่งเน้นไปที่ความแท้ (Authenticity) ของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระดับท้องถิ่น ซึ่งมักดำเนินการโดยผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อย ไม่เพียงเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติของชนบทไทย แต่รวมไปถึงกิจกรรมทางเลือกอีกมากมายที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์แท้จริงของคนท้องถิ่นสามารถเข้าถึงได้ เช่น ตลาดนัดประจำชุมชน งานแต่งงานแบบไทยและงานบวชที่หาชมได้ยาก เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายก็พัฒนาขึ้นมาจากสิ่งที่มีอยู่แต่เดิมในท้องถิ่น โดยอาจปรุงแต่งและปรับปรุงให้สามารถขายได้ในวงกว้างมากขึ้น เช่น แผลงทอดเคลือบซ็อกโกแลตที่เริ่มได้รับความนิยมเป็นซูเปอร์ฟู้ดส์ (Superfoods) เป็นต้น

การพัฒนาระบบท่องเที่ยวในฉกทศน์นี้จึงเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน (Community-based tourism) ให้มีประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าที่สูงขึ้น และเชื่อมโยงโดยตรงกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแบบ OTOP แต่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและช่องทางแพลตฟอร์มต่างๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับเศรษฐกิจท่องเที่ยวในฉกทศน์ที่ 1 แล้ว ผลิตภัณฑ์ในฉกทศน์นี้ก็อาจไม่ได้มีคุณลักษณะเป็นสากลและอาจไม่โดดเด่นมากในระดับนานาชาติ แต่อย่างน้อยก็ได้รับความนิยมในประเทศและในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากในพื้นที่โดยตรง

## อุปทาน

**โครงสร้างพื้นฐาน** การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่หลากหลายและเน้นผลิตภัณฑ์ระดับฐานรากที่ครอบคลุมพื้นที่ในหลายจังหวัดนี้ ย่อมต้องพึ่งการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมพื้นที่กว้างมากขึ้น การเดินทางและการขนส่งทางอากาศไปเมืองรองและเมืองเล็กหลายแห่งมีความสะดวกมากขึ้นและมีราคาต่ำลง เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำได้กลับมาขยายเครือข่ายการบินอีกครั้งหนึ่งหลังจากหยุดชะงักไปเกือบ 3 ปีในช่วงโรคระบาดโควิด-19 รัฐบาลได้ตัดสินใจพัฒนาสนามบินหลายแห่งในเมืองรองเพื่อตอบรับกับความต้องการในการเดินทางไปเมืองเหล่านี้

โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญอีกระบบหนึ่งสำหรับฉกัทัศน์นี้คือรถไฟฟ้าความเร็วสูงจากประเทศจีน ซึ่งได้ขยายเครือข่ายครอบคลุมมาถึงประเทศไทย หลังจากที่ได้เปิดให้บริการมาจากประเทศจีนมาถึงประเทศลาวใน พ.ศ. 2564 ทำให้หลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวไปโดยปริยาย เมืองนครราชสีมา ขอนแก่น อุรธานี และหนองคายกลายเป็นศูนย์รองรับและเปลี่ยนถ่ายนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีความหลากหลายในด้านความต้องการและความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวจีนรุ่นก่อนหน้า

เช่นเดียวกับทุกฉกัทัศน์ อนาคตฐานที่ชัดเจนคือการใช้ดิจิทัลในการจัดการระบบการท่องเที่ยว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะไกลขนาดไหน ก็สามารถใช้ระบบดังกล่าวในการจัดการได้ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของฉกัทัศน์นี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายการลงทุนด้านดิจิทัลในเมืองรองและเมืองเล็กทั่วประเทศไทย แต่เนื่องจากภาคเอกชนไม่สามารถสร้างกำไรได้จากการลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว จึงกลายเป็นหน้าที่ของรัฐในการกระจายการเข้าถึงบริการพื้นฐานด้านดิจิทัลที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในเชิงฐานรากต่อไป

**แรงงาน** เศรษฐกิจท่องเที่ยวมีการกระจายตัวในเชิงพื้นที่มากขึ้น จึงมีความต้องการแรงงานในเมืองหลัก เมืองรองและเมืองเล็กในระดับสัดส่วนที่ลดหลั่นกันไป โดยเป็นแรงงานที่อยู่ในภาคบริการด้านการท่องเที่ยวโดยตรง รวมถึงแรงงานในภาคการผลิตและการบริการอื่นๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่มูลค่าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ครอบคลุมไปถึงการผลิตสินค้าการเกษตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น ผักปลอดสารพิษที่ใช้ทำอาหารในโรงแรม เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน แรงงานก็ต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาทักษะมากขึ้น จึงมีการขยายหลักสูตรเพื่อการเพิ่มทักษะและความรู้ที่เกี่ยวข้องไปยังพื้นที่นอกเมืองหลักมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ แต่ก็มีการพัฒนาศูนย์อบรมตามสถานศึกษาในแต่ละเมืองให้ตอบรับกับความต้องการความรู้และทักษะที่เปลี่ยนไปพร้อมกัน

**แพลตฟอร์มและสื่อออนไลน์** จุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้เมืองรองและเมืองเล็กเพิ่มบทบาทในเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายคือแนวโน้มดิจิทัลวิถีชีวิต ไม่เพียงเฉพาะในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง แต่รวมไปถึงเศรษฐกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ผู้คนจำนวนมากเริ่มย้ายจากเมืองใหญ่ไปสู่เมืองรองเมืองเล็กที่มีความสะดวกในการเดินทางและยังสามารถติดต่อประสานงานกับเครือข่ายทั่วโลกได้ ความสะดวกเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องอยู่ในเมืองใหญ่ตลอดเวลา แต่ใช้เมืองรองเป็นฐานของการประกอบการ แต่มีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าอยู่เมืองใหญ่

## อุปสงค์

นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายในด้านความต้องการและพฤติกรรม แต่คนจำนวนมากเริ่มนิยมไปเที่ยวในพื้นที่ที่แปลกใหม่มากขึ้น คนไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยเองมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยรถยนต์ จึงทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและแปลกใหม่มากขึ้น อุปสงค์สำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งหลากหลายในระดับฐานรากนี้จึงให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก โดยครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวที่เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรของการศึกษาพื้นฐานระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา และไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเมืองหลักที่ได้รับความนิยมทั่วไปอยู่แล้ว แต่รวมไปถึงเมืองอื่นๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ได้รับการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเมืองและพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ของประเทศไทยมากขึ้น มีการโปรโมทเมืองรองและเมืองเล็กของไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยและเคยไปเมืองหลักต่างๆ แล้ว หลายคนไม่อยากจะกลับไปแหล่งท่องเที่ยวเดิมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่คนต่างชาติมากจนเกินไป จึงสนใจในพื้นที่อื่น

**บุคลิกภาพ** จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวซึ่งหลากหลายที่กระจายไปในพื้นที่หลายจังหวัดของประเทศไทย นักท่องเที่ยวภายใต้จากทัศนียภาพนี้จะมีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้นนอกเหนือไปจากการเดินทางเพื่อการพักผ่อน จุดมุ่งหมายของการเดินทางจะเป็นไปเพื่อการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในพื้นที่แปลกใหม่มากขึ้นหรือเที่ยวในสถานที่ที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลักมากขึ้น โดยเฉพาะการเข้าถึงพื้นที่หรือองค์ความรู้ย่อยในชุมชน เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่และเกิดการเรียนรู้ในระดับที่ลึกซึ้งและพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาพื้นที่ที่เข้าไปเยี่ยมชมมากขึ้น เป็นการพัฒนาตัวเองและช่วยเหลือสังคมมากขึ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในทุกช่วงเวลาของการเดินทางตั้งแต่ก่อนออกเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง บุคลิกภาพเด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- **นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (The catalyst)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการการเรียนรู้เชิงลึก แสวงหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในเรื่องที่สนใจ รวมถึงการเข้าไปรับรู้ปัญหาเพื่อร่วมพัฒนาของพื้นที่
- **นักท่องเที่ยวผู้มีกิจกรรมเคลื่อนตัวตลอดเวลา (The motion-based wanderer)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางที่มุ่งหาประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยพบเจอ และให้ความสำคัญกับกิจกรรมระหว่างทางมากกว่าจุดหมายปลายทาง
- **นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ (The volunteer traveler)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์เชิงลึกแบบวิถีชุมชน และต้องการเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือพื้นที่ที่เข้าไปเยือน
- **นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนในชุมชนท้องถิ่น

## ผลกระทบ

**ความสามารถในการรองรับ** เมืองรองและเมืองเล็กบางแห่งได้รับความนิยมนั้นมาอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของอินฟลูเอนเซอร์บางคน ทำให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้าไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ที่เอื้อให้ไปพื้นที่ห่างไกลหรือพื้นที่ที่ไม่มีขนส่งสาธารณะ จนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แต่เดิมไม่สามารถรับมือได้อย่างทันที่ กลายเป็นปัญหาความแออัดที่เกิดขึ้นในพื้นที่เหล่านี้บ่อยมากขึ้นและในระดับความรุนแรงมากขึ้น

ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของเมืองรองและเมืองเล็กอาจไม่ได้วางแผนรับมือกับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแบบผลักดันโดยอุปสงค์ (Demand push) แม้ว่าภาครัฐจะพยายามวางแผนพัฒนาและประชาสัมพันธ์บางเมืองและบางพื้นที่ก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้สนใจหรือไปเที่ยวในเมืองที่ภาครัฐได้ตั้งเป้าหมายไว้ จึงมักเกิดความล้นกันระหว่างการเตรียมพร้อมของบางเมืองกับความต้องการและความนิยมที่เกิดขึ้นจริง พร้อมกันนี้ ความนิยมของนักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงหลากหลายเท่านั้น แต่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน การลงทุนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในบางครั้งก็ช้าเกินไป บางพื้นที่ลงทุนไปแล้ว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวไม่ได้นิยมเหมือนแต่เดิม จึงเป็นการสูญเปล่าของงบประมาณ

**ความเสี่ยง** เศรษฐกิจท่องเที่ยวที่หลากหลายทำให้ฐานเศรษฐกิจของเมืองรองเมืองเล็กหลายแห่งทั่วประเทศขยายตัวมากขึ้น ในขณะเดียวกัน เนื่องจากเป็นฐานเศรษฐกิจที่ไม่ได้พึ่งนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่มีการผลิตและการบริการที่สร้างมูลค่าจากการขายผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงของเศรษฐกิจท้องถิ่นต่อการผันผวนของการท่องเที่ยวจึงลดน้อยลง

หน่วยงานส่วนกลางด้านการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานด้านเศรษฐกิจ เช่น กระทรวงพาณิชย์ ไม่เพียงเฉพาะในด้านประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่รวมไปถึงการร่วมส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากที่ผูกโยงกับการท่องเที่ยว

### ฉากทัศน์ที่ 3: ขุนพันธ์ - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวระดับฐานราก

#### ภาพรวมฉากทัศน์

ฉากทัศน์นี้เป็นภาพการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปีข้างหน้าที่มีระบบท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนามากขึ้นในด้านผลิตภาพและประสิทธิภาพ แต่ยังคงเน้นธุรกิจการท่องเที่ยวที่เน้นการเยี่ยมชม ชื้อของและพักผ่อนเป็นหลัก โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวไปยังพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทยมากขึ้น และไม่ได้จำกัดอยู่เพียงจังหวัดยอดนิยม 5 จังหวัดเหมือนในปัจจุบัน จังหวัดที่มีชายหาดและชายทะเลเกือบทั้งหมดได้รับการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาจากประเทศจีน แม้ว่าเมืองหลักยังคงได้รับความนิยมน้อยเช่นเดิม แต่เมืองรองและเมืองอื่นๆ ก็มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะเมืองรองที่อยู่บนเส้นทางรถไฟความเร็วสูงและเส้นทางถนนระหว่างประเทศจากจีน

ระบบการท่องเที่ยวมีการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทุกอย่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก สถานบันเทิง และกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ

การท่องเที่ยวในลักษณะมีกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าด้านการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี รูปแบบการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะที่เป็นมาตรฐานและมีรูปแบบการเดินทางที่ชัดเจน แพลตฟอร์มออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวยังทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานของสถานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยิ่งปรากฏชัดเจนมากขึ้น

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวระดับชุมชนได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐานและกระจายไปทั่วประเทศ และได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ของคนไทย รวมถึงคนจีนที่ขับรถยนต์ลงมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น จากการที่ระบบถนนที่เชื่อมต่อตอนใต้ของประเทศจีนมายังลาว พม่าและประเทศไทยได้พัฒนาอย่างเต็มที่ แหล่งท่องเที่ยวในหลายพื้นที่นอกเมืองหลักจึงได้รับการพัฒนาให้น่าสนใจและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ในฉากทัศน์นี้ รูปแบบการท่องเที่ยวยังคงเน้นการพักผ่อน เยี่ยมชมสถานที่ กินดื่มและนันทนาการ แม้ว่าจะมีการเดินทางเพื่อการประชุมและเข้าร่วมงานในลักษณะ MICE และเพื่อการแพทย์และการดูแลสุขภาพบ้าง แต่ระบบการท่องเที่ยวก็อยู่ในกรอบของห่วงโซ่ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ไม่ได้ผูกโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือผลิตภัณฑ์อื่นเท่าใดนัก ในขณะที่เดียวกัน การท่องเที่ยวยังคงยึดติดกับพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ทะเล ภูเขา ศูนย์การค้า ร้านอาหารและสถานบันเทิง เป็นหลัก

**โครงสร้างพื้นฐาน** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จะเหมือนกับฉากทัศน์ที่ 2 เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าไปในเมืองรองและเมืองเล็กหลายแห่งทั่วประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งเดินทางทางอากาศ รวมถึงการสัญจรภายในเมืองจึงมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่กระจายตัวมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างฉากทัศน์ที่ 2 กับฉากทัศน์ที่ 3 คือ บริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในฉากทัศน์นี้จะเน้นที่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก ไม่ได้มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการผลิตแบบสืบเนื่องเท่าใดนัก ไม่เพียงเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Hard infrastructure) แต่รวมถึงไปถึงโครงสร้างพื้นฐานเชิงสถาบัน เช่น กฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐาน (Soft infrastructure) ในขณะที่ฉากทัศน์ที่ 2 จะมุ่งสร้างระบบนิเวศในการผลิตที่ต่อยอดจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ท้ายที่สุดสามารถลดการพึ่งพาการท่องเที่ยว ฉากทัศน์ที่ 3 นี้จะเน้นการสร้างประโยชน์จากขนาด (Economies of scale) จากการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานจึงเน้นตอบรับกับธุรกิจท่องเที่ยว

**แรงงาน** เนื่องจากเศรษฐกิจท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ไม่ได้ผูกโยงมากกับสาขาเศรษฐกิจอื่น ตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวจึงเน้นความรู้และทักษะที่มีความเฉพาะเจาะจงกับการต้อนรับ (Hospitality) นักท่องเที่ยวเป็นหลัก หลักสูตรการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในระดับมหาวิทยาลัยก็ยังคงเน้นความรู้ในด้านนี้ โดยเพิ่มความรู้และทักษะด้านภาษา การใช้งานเครื่องมือดิจิทัลที่ได้พัฒนามากขึ้น แม้ว่ากิจกรรมทั้งส่วนหน้าบ้านคือการพบปะลูกค้า และส่วนระบบหลังบ้านที่สนับสนุนการปฏิบัติการได้ใช้เทคโนโลยีระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์มากขึ้น แต่เนื่องจากยังคงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการบริการจากมนุษย์โดยตรงมากกว่า แรงงานจึงยังเป็นที่ต้องการในสาขานี้ แต่ก็มีการพัฒนาทักษะในการต้อนรับลูกค้ามากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

เนื่องจากมีกระจายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวไปยังเมืองรองและเมืองเล็กมากขึ้น แรงงานจำนวนหนึ่งจึงไม่จำเป็นต้องย้ายเข้าไปอยู่กรุงเทพมหานครและเมืองหลักอื่นๆ เป็นการลดความแออัดของเมืองใหญ่ และเพิ่มโอกาสให้กับท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกัน สถาบันการศึกษาทั้งภายในกรุงเทพฯ และในเมืองหลักหลายแห่งได้เปิดหลักสูตรอบรมทักษะความรู้ที่จำเป็นให้กับแรงงานในเมืองเหล่านี้มากขึ้น แม้ว่าความรู้หลายด้านสามารถเรียนผ่านทางออนไลน์ได้ก็ตาม

**บุคลิกภาพ** จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเชิงเดี่ยวที่กระจายไปอยู่ภายในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยม นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเน้นรับความสุนทรีย์และเน้นกิจกรรมนันทนาการจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ รวมถึงการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามกระแสนิยมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น ร้านกาแฟ คาเฟ่ สวนดอกไม้ เป็นต้น การท่องเที่ยวค่อนข้างมีแบบแผนที่ค่อนข้างชัดเจนในการท่องเที่ยว บุคลิกภาพเด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- **นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสุนทรียภาพแบบไทย (The Thai toucher)** เป็นกลุ่มที่ยังชื่นชอบในความเป็นไทยมิติต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว
- **นักท่องเที่ยวชอบพักผ่อนสถานที่ (The optimizer)** เป็นกลุ่มที่เน้นไปถ่ายรูปแบบกับพื้นที่ที่เป็นการท่องเที่ยวตามกระแสนิยมและแบ่งปันบนโลกออนไลน์

#### ฉากทัศน์ที่ 4: John Wick - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่เด่นนำระดับสากลเฉพาะบางพื้นที่ ภาพรวมฉากทัศน์

ฉากทัศน์นี้เป็นภาพอนาคตของการท่องเที่ยวไทยที่ต่อยอดจากภาพปัจจุบัน เมื่อการท่องเที่ยวยังคงเป็นที่พึ่งหลักในด้านรายได้และการจ้างงานของเศรษฐกิจไทย โดยที่กิจกรรมการท่องเที่ยวก็ยังเน้นผลิตภัณฑ์และบริการที่เน้นการเยี่ยมชมเยือนสถานที่จริง แม้ว่าแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และความแท้ของกิจกรรมจะเกิดขึ้นก็ตาม แต่ท้ายที่สุด กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวก็คือการเยี่ยมชมสถานที่ที่น่าสนใจและตื่นตาตื่นใจ การพักผ่อน การกินดื่มและนันทนาการ ในภาพอนาคตในฉากนี้ การท่องเที่ยวไทยก็ยังมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมแนวนี้เช่นเดิม

ภาพการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปีข้างหน้าที่ได้มีการพัฒนาระบบท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองด้านจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชม ช็อปปิงและพักผ่อนอย่างเฉพาะเจาะจง โดยเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทุกอย่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก สถาบันเชิงและกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ การท่องเที่ยวในลักษณะมีโครงสร้างค่อนข้างชัดเจนจากกรอบกิจกรรมในห่วงโซ่การท่องเที่ยว ให้การท่องเที่ยวค่อนข้างมีลักษณะที่เป็นมาตรฐานระดับสากล และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่นำเสนออีกเน้นความเป็นสากล มากกว่าการขายอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นหลัก

การท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้เน้นความประหยัดจากขนาดเป็นหลัก เทคโนโลยีหลายอย่างได้ช่วยให้บริการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพและผลผลิตภาพที่สูงขึ้น เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดการการเดินทางได้สะดวก รวดเร็วและถูกลง พร้อมกันนี้ผู้ประกอบการก็สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

นักท่องเที่ยวที่เข้ามา ก็จะมีความต้องการท่องเที่ยวที่เฉพาะที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เป็นสำคัญ โดยอาจจะมองหาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์บ้าง แต่ก็อยู่ในกรอบของห่วงโซ่การท่องเที่ยว แบบดั้งเดิมที่ไม่ลึกซึ้งมาก ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวยังคงยึดติดกับพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว ยอดนิยมที่มีทะเล ภูเขา และศูนย์การค้าเป็นสิ่งดึงดูดใจดั้งเดิมของพื้นที่ท่องเที่ยว การพัฒนาระบบท่องเที่ยวในฉกาศทัศน์นี้จึงเป็นการเสริมต่อจากของเดิมเป็นหลัก โดยอาจมีการขยายประเภทสินค้าและการบริการบ้าง แต่ก็ยังคงมุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมเป็นหลัก

ในฉกาศทัศน์นี้ สัดส่วนหลักของเศรษฐกิจท่องเที่ยวยังคงเกิดขึ้นเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวยอด นิยมของไทย 5 อันดับแรก ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว แม้ว่า จังหวัดอื่นๆ อาจมีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนมากขึ้น แต่เนื่องด้วยการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองเหล่านี้ อัตราการเติบโตของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดยอดนิยมก็ยังคงมากกว่าจังหวัดอื่นอยู่ดี

ทั้งนี้ สถานการณ์โควิด-19 ยิ่งตอกย้ำความสำคัญของเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากนัก ลงทุนและผู้ประกอบการไม่กล้าเสี่ยงที่จะลงทุนขยายพื้นที่การให้บริการไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นในเมือง รองเมืองเล็ก การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19 จึงยังคงมุ่งไปที่เมืองหลักของการท่องเที่ยว คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ และชลบุรี ยิ่งทำให้การท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวในพื้นที่เหล่านี้ ต่อไปอีกในระยะยาว แม้ว่ามีความพยายามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนก็ตาม แต่การลงทุน กิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมยังคงกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่เมืองหลักต่อไป

**บุคลิกภาพ** จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวยอด นิยม กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นไปเพื่อตอบวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและนันทนาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในดำเนินชีวิตตลอดระยะเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านสินค้าและบริการมีแบบแผนและมาตรฐานการให้บริการในระดับสูง รวมถึงการให้บริการเฉพาะที่ เป็นบริการขั้นสูง (High-end) บุคลิกภาพเด่นในฉกาศทัศน์นี้ ได้แก่

- **นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์เพื่อมารับบริการเฉพาะทางด้านสุขภาพและเน้นการพักผ่อน
- **นักท่องเที่ยวผู้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ (The outing joiner)** เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน
- **นักท่องเที่ยวผู้ใช้เวลากับตัวเอง (The time spender)** เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นใช้ชีวิต อยู่ระยะยาวในเมืองท่องเที่ยว ต้องการความสะดวกสบายที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตและการทำงาน

**ผลกระทบ** การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองยอดนิยมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อขีด ความสามารถในการรองรับของพื้นที่นั้น แม้ในช่วงแรกของการฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ความ แออัดอาจยังไม่มากนัก เนื่องจากต้องใช้เวลาที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเยี่ยมเยือนได้เหมือนเดิม แต่เมื่อ เวลาผ่านไป หากไม่มีการลงทุนเตรียมพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ ความสามารถของเมืองท่องเที่ยวในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากก็จะประสบกับปัญหาความแออัด ดังที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้ในช่วงก่อนโควิด-19

สามารถสรุปบุคลิกเด่นของนักท่องเที่ยวในอนาคตของการท่องเที่ยวไทยในแต่ละฉากทัศน์ได้ดังรูปที่ 9.5



รูปที่ 9.5 บุคลิกเด่นของนักท่องเที่ยวในฉากทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทย



ตารางที่ 9.7 ตัวอย่างจากทัศนคติการท่องเที่ยวไทยระดับประเทศ

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 The Avengers	ฉากทัศน์ที่ 2 บางระจัน	ฉากทัศน์ที่ 3 ขุนพันธ์	ฉากทัศน์ที่ 4 John Wick
ด้านอุปทาน (Supply side)	โครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเดินทางที่เชื่อมจังหวัดท่องเที่ยวหลักในระดับโลก</li> <li>แพลตฟอร์มดิจิทัล</li> <li>โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการผลิตสืบเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเดินทางที่เชื่อมโยงภายในประเทศ</li> <li>แพลตฟอร์มดิจิทัล</li> <li>โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการผลิตสืบเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเดินทางที่เชื่อมโยงภายในประเทศ</li> <li>แพลตฟอร์มดิจิทัล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเดินทางที่มีการเชื่อมเมืองท่องเที่ยวหลักในระดับโลก</li> <li>แพลตฟอร์มดิจิทัล</li> </ul>
	แรงงานในภาคการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานทักษะที่ให้บริการเฉพาะทางด้านสุขภาพ (wellness) และบริการสร้างสรรค์ระดับสูง (High end) ในระดับสากล</li> <li>แรงงานตามการปรับแต่ง (Customization) และตามความต้องการ (On demand)</li> <li>แรงงานกระจุกตัวภายในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานทักษะที่ให้บริการเฉพาะทางและบริการสร้างสรรค์</li> <li>แรงงานตามการปรับแต่ง (Customization) และตามความต้องการ (On demand)</li> <li>แรงงานกระจายตัวไปในจังหวัดที่เป็นเมืองรองเมืองเล็กมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานที่ให้บริการในลักษณะที่เป็นโครงสร้างและมีมาตรฐานทั่วไป</li> <li>แรงงานตามความต้องการ (Staff on demand)</li> <li>แรงงานกระจายตัวไปในแหล่งท่องเที่ยวหลักของเมืองรองเมืองเล็กมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานทักษะที่ให้บริการในลักษณะที่เป็นโครงสร้างและมีมาตรฐานการให้บริการในระดับสากล</li> <li>แรงงานตามความต้องการ (Staff on demand)</li> <li>แรงงานกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>
	ผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะและสร้างสรรค์ที่มีทั้งความเป็นท้องถิ่นและความเป็นสากล</li> <li>ปรับแต่ง (Customized) ได้ตามความต้องการที่หลากหลาย</li> <li>มีบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์</li> <li>ขยายห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจไปสู่ท้องถิ่นเฉพาะในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> <li>ผู้ประกอบการกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะและสร้างสรรค์ของท้องถิ่น</li> <li>ปรับแต่ง (Customized) ได้ตามความต้องการที่หลากหลาย</li> <li>มีบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์</li> <li>ขยายห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจไปสู่ท้องถิ่นหลายพื้นที่ของประเทศไทย</li> <li>ผู้ประกอบการกระจายตัวไปตามแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมาตรฐานความต้องการบนฐานของความเป็นท้องถิ่น</li> <li>สินค้ามีโครงสร้างและมาตรฐานเหมือนกัน (Standardized)</li> <li>มีบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์</li> <li>ผู้ประกอบการกระจายตัวไปตามจังหวัดท่องเที่ยว แต่ยังกระจุกอยู่เฉพาะพื้นที่ที่เป็นแหล่งพื้นที่หลักของจังหวัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมาตรฐานตามความต้องการในระดับโลก</li> <li>สินค้ามีโครงสร้างและมาตรฐานเหมือนกัน (Standardized)</li> <li>มีบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์</li> <li>ผู้ประกอบการกระจุกตัวอยู่เฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 The Avengers	ฉากทัศน์ที่ 2 บางระจัน	ฉากทัศน์ที่ 3 ขุนพันธ์	ฉากทัศน์ที่ 4 John Wick
ด้านอุปสงค์ (demand side)	สื่อสังคมออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างเนื้อหาโดยนักท่องเที่ยว (UGC) ในแหล่งท่องเที่ยวใหม่มากขึ้น</li> <li>ใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์และไม่ใช่มนุษย์</li> <li>การสร้างเนื้อหาที่มอบประสบการณ์ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างเนื้อหาโดยนักท่องเที่ยว (UGC) ในแหล่งท่องเที่ยวใหม่มากขึ้น</li> <li>เน้นอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์</li> <li>การสร้างเนื้อหาที่มอบประสบการณ์ในระดับท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เน้นการตลาดและประชาสัมพันธ์โดยผู้ให้บริการในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก</li> <li>อินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์</li> <li>เน้นประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เน้นการตลาดและประชาสัมพันธ์โดยผู้ให้บริการในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก</li> <li>มีแพลตฟอร์มท่องเที่ยวแบบครบวงจรของห่วงโซ่การท่องเที่ยว</li> <li>อินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์และไม่ใช่มนุษย์</li> <li>เน้นประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>
	สิ่งดึงดูดใจหลักด้านการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงลึกในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> <li>กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความเป็นสากล (Cosmopolitan) และความเป็นเมือง รวมถึงความหลากหลายของอัตลักษณ์ท้องถิ่น</li> <li>การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual tourism)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงลึกในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวในไทย</li> <li>กิจกรรมท่องเที่ยวที่มาจากความหลากหลายของอัตลักษณ์ท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการพักผ่อน เช่น ทะเล ภูเขา</li> <li>กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเฉพาะของท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและการพักผ่อน เช่น ทะเล ภูเขา และศูนย์การค้าชั้นนำระดับโลก</li> <li>กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความเป็นสากล (Cosmopolitan) และความเป็นเมือง</li> <li>การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual tourism)</li> </ul>
	รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนและผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้ระบบอัตโนมัติในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ (Contactless)</li> <li>การชำระเงินแบบทั้งแบบใช้เงินสดและผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</li> <li>การให้บริการโดยมนุษย์สำหรับบริการเฉพาะ (High touch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้ระบบอัตโนมัติควบคู่กับการใช้มนุษย์ในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ</li> <li>การชำระเงินแบบทั้งแบบใช้เงินสดและผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</li> <li>การให้บริการโดยมนุษย์สำหรับบริการเฉพาะ (High touch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้ระบบอัตโนมัติควบคู่กับการใช้มนุษย์ในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ</li> <li>การชำระเงินแบบทั้งแบบใช้เงินสดและผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</li> <li>การให้บริการโดยมนุษย์และหุ่นยนต์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้ระบบอัตโนมัติในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ (Contactless)</li> <li>การชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งหมด (Cashless)</li> <li>การให้บริการหุ่นยนต์ทั้งหมด</li> </ul>
	บุคลิกลักษณะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ที่มุ่งค้นหาประสบการณ์เฉพาะตามที่ตนสนใจ หรือต้องการเติม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ที่มุ่งค้นหาประสบการณ์เฉพาะตามที่ตนสนใจ หรือต้องการเติม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ที่มุ่งเดินทางเพื่อพักผ่อนและนันทนาการจากบริการในระดับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ที่มุ่งเดินทางเพื่อพักผ่อนและนันทนาการจากบริการในระดับโลก</li> </ul>

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 The Avengers	ฉากทัศน์ที่ 2 บางระจัน	ฉากทัศน์ที่ 3 ขุนพันธ์	ฉากทัศน์ที่ 4 John Wick
		<p>เติมชีวิตด้วยประสบการณ์ใหม่ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีบุคลิกเด่น ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>The enhancer</li> <li>The in-depth escaper</li> <li>The relationship builder</li> </ul> </li> </ul>	<p>เติมชีวิตด้วยประสบการณ์ใหม่ๆ ในระดับท้องถิ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีบุคลิกเด่น ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>The catalyst</li> <li>The motion-based wanderer</li> <li>The volunteer traveler</li> <li>The tourism veteran</li> </ul> </li> </ul>	<p>ท้องถิ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีบุคลิกเด่น ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>The Thai toucher</li> <li>The optimizer</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีบุคลิกเด่น ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>The pamperer</li> <li>The outing joiner</li> <li>The time spender</li> </ul> </li> </ul>
	เส้นทางผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทางกายภาพและโลกเสมือน</li> <li>เส้นทางท่องเที่ยวแปลกใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทางกายภาพ</li> <li>เส้นทางท่องเที่ยวแปลกใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทางกายภาพ</li> <li>เส้นทางท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทางกายภาพและโลกเสมือน</li> <li>เส้นทางท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>
	มุมมองเกี่ยวกับเวลาและพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวบางที่สามารถเที่ยวได้บางเวลา (โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใหม่บางแห่งที่ไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลาผ่านโลกเสมือน)</li> <li>การท่องเที่ยวเชิงกายภาพกระจุกในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวทุกที่สามารถเที่ยวได้บางเวลา (ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเสมือนจริงในพื้นที่ย่อยๆ ได้ โดยเฉพาะในเมืองรองเมืองเล็ก)</li> <li>การท่องเที่ยวเชิงกายภาพกระจายไปในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวรองและเมืองเล็ก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวทุกที่สามารถเที่ยวได้บางเวลา (ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเสมือนจริงในพื้นที่ย่อยๆ ได้ โดยเฉพาะในเมืองรองเมืองเล็ก)</li> <li>การท่องเที่ยวเชิงกายภาพกระจายไปเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวของเมืองรอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวทุกที่เที่ยวได้ตลอดเวลา (Physical + Virtual)</li> <li>การท่องเที่ยวเชิงกายภาพกระจุกเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> </ul>
ด้านผลกระทบ (impact)	ผลกระทบจากการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>การท่องเที่ยวกระจุกในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> <li>ขยายฐานรายได้จากการเชื่อมโยงเศรษฐกิจอื่นๆ ในขอบเขตจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> <li>กระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ</li> <li>แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การท่องเที่ยวกระจายไปยังพื้นที่จังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ</li> <li>ขยายฐานรายได้จากการเชื่อมโยงเศรษฐกิจอื่นๆ</li> <li>กระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การท่องเที่ยวกระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ</li> <li>การกระจายรายได้ไปนอกภาคการท่องเที่ยว</li> <li>ความเสี่ยงสูงหากเกิดผลกระทบภายนอกกับภาคการท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การท่องเที่ยวกระจุกในพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก</li> <li>การกระจายรายได้ไปนอกภาคการท่องเที่ยว</li> <li>ความเสี่ยงสูงหากเกิดผลกระทบภายนอกกับภาคการท่องเที่ยว</li> <li>แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม</li> </ul>
	ความสามารถในการรองรับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีแนวโน้มจะเกิดการท่องเที่ยวล้นเกิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวโดยรวมเพิ่มขึ้นสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวโดยรวมเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีแนวโน้มเกิดการท่องเที่ยวล้นเกินสูง</li> </ul>

## 2) พลวัตระบบของฉากทัศน์การท่องเที่ยวไทย

จากฉากทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นำเสนอในส่วนก่อนหน้า แสดงให้เห็นถึงปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่มีความไม่แน่นอนที่มีผลต่อการคาดการณ์โฉมหน้าของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต คือ (1) รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่จะเป็นเศรษฐกิจเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลายหลาย และ (2) รูปแบบเชิงพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่อาจจะมีการกระจุกหรือกระจายตัว เมื่อพิจารณาในเชิงระบบจะพบว่าทั้ง 2 ปัจจัยขับเคลื่อนมีความเชื่อมโยงกัน โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

**รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว** เกี่ยวข้องกับลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวตลาดเดียวหรือหลายตลาด นักท่องเที่ยวแบบโครงสร้างหรือยืดหยุ่น) ที่จะมีผลต่อความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะแหล่งดึงดูดใจท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวกระแสหลัก เช่น ทะเล ภูเขา ศูนย์การค้า หรือแหล่งท่องเที่ยวตามประสบการณ์เฉพาะกลุ่ม) และมีผลต่อการจัดเตรียมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวตามจุดประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยว (เพื่อพักผ่อน/นันทนาการ หรือการเรียนรู้/ค้นหาตนเอง) องค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่จะมีลักษณะการเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่เป็นเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย และจะมีผลต่อพฤติกรรมระบบที่แตกต่างกัน รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวสามารถแยกตามองค์ประกอบดังกล่าวได้โดยคร่าว ดังตารางที่ 9.8

ตารางที่ 9.8 รูปแบบของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

รายการ	เชิงเดี่ยว	เชิงหลากหลาย
เป้าหมายเศรษฐกิจ	เน้นการสร้างรายได้สูงที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในภาคการท่องเที่ยวเท่านั้น	เน้นการกระจายรายได้สู่ภาคเศรษฐกิจที่หลากหลาย โดยไม่จำกัดเฉพาะกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
ลักษณะนักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวที่ลักษณะและความต้องการคล้ายกัน	นักท่องเที่ยวที่ลักษณะและความต้องการหลากหลาย
แหล่งท่องเที่ยว	เน้นท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลัก	เน้นท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้งกระแสหลักและเฉพาะกลุ่ม
สินค้าและบริการท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อนและนันทนาการ	เพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้และค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่

ส่วนการกระจายพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยวนั้น เกิดจากการกระจายในแง่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือขอบเขตกิจกรรมหลักของการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลให้เกิดการกระจายเชิงพื้นที่ไปยังแหล่งดึงดูดใจหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่ถูกผูกโยงเข้ากับการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การกระจายเชิงพื้นที่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางจึงเป็นตัวกำหนดขอบเขตของการกระจายเชิงพื้นที่ที่จะขยายไปได้กว้างเพียงใด (ภายในจังหวัดท่องเที่ยว หรือข้ามจังหวัด) ยิ่งขอบเขตการเข้าถึงมีมากก็จะยิ่งส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระดับย่อยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ และเกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวหลักมากขึ้น

จากปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญข้างต้น สามารถอธิบายแนวคิดเชิงระบบได้ดังรูปที่ 9.6 ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยขับเคลื่อนข้างต้น **ความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยว** (ลักษณะนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าและบริการท่องเที่ยว) มีผลทำให้เกิดการกระจายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวทั้งในการกระจายกิจกรรมและกระจายพื้นที่ อย่างไรก็ตามก็ดี ขอบเขตของการกระจายเชิงพื้นที่ขึ้นอยู่กับผลของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จะทำให้เกิดการกระจายข้ามขอบเขตพื้นที่ หากโครงสร้างพื้นฐานสำคัญไม่ได้รับการพัฒนา การกระจายเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยวอาจทำได้จำกัด กล่าวคือ แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเที่ยวหลากหลาย หากการเดินทางท่องเที่ยวมีอุปสรรคในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวก็จะเลือกเดินทางไปยังจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่เข้าถึงได้ง่าย ผลักดันให้ความหลากหลายของการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างจำกัดเฉพาะในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวนั้น ไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นได้ ดังนั้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นเงื่อนไขสำคัญของการกระจายการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ข้ามขอบเขตพื้นที่

ในทางหนึ่ง ความหลากหลายของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นก็เป็นผลมาจากการกระจายในเชิงพื้นที่ทั้งในขอบเขตพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวและข้ามจังหวัด กล่าวคือ ยิ่งสามารถกระจายพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในวงกว้างมากเท่าไร ก็จะมีโอกาสทำให้การท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นเท่านั้น เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ สินค้าและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวใหม่ที่รองรับวัตถุประสงค์การเดินทางที่หลากหลาย ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องสำคัญมาจาก **ความต้องการของนักท่องเที่ยว** ที่มีความแตกต่างหลากหลาย ก็จะยิ่งเปิดโอกาสให้เกิดการผลิตและนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และข้ามขอบเขตความต้องการไม่จำกัดเฉพาะสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสินค้าและบริการอื่นๆ โดยเฉพาะสินค้าและบริการในเชิงสร้างสรรค์และการเรียนรู้

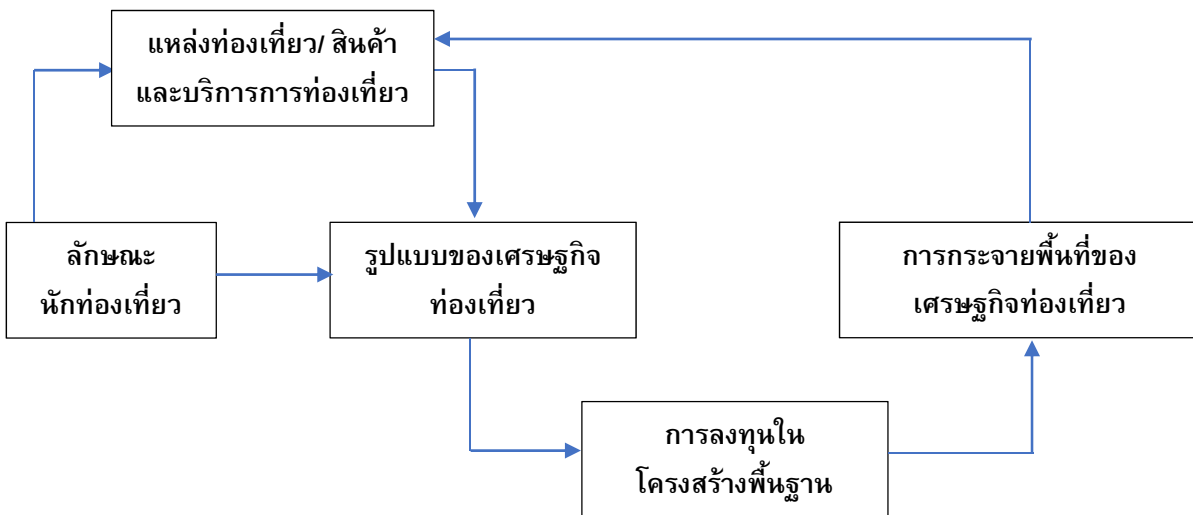
โดยสรุป **ลักษณะของนักท่องเที่ยว** มีผลการกำหนด **สินค้าและบริการการท่องเที่ยว** ซึ่งจะมีผลต่อรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวของไทยด้วย เช่น นักท่องเที่ยวแบบมวลชนที่ต้องการเที่ยวเพื่อพักผ่อนแบบมีโครงสร้าง อาจจะต้องการสินค้าท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่มากนัก ส่งผลทำให้ความจำเป็นในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ มีน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยวแบบอิสระที่มองหาประสบการณ์และความตื่นเต้นใหม่แบบยืดหยุ่น อาจจะต้องการค้นหาสินค้าและบริการที่มีความแปลกใหม่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย และไม่จำกัดเฉพาะสินค้าการท่องเที่ยว จึงมีโอกาสนักผลักดันให้เกิดการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ โดยเฉพาะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่จะมาช่วยเติมเต็มในการร่วมสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางด้วยจุดประสงค์อื่น

ส่วนการกระจายเชิงพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น จะเกิดจากการพัฒนา **โครงสร้างพื้นฐาน** กล่าวคือ พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวสูง นอกเหนือจากความสามารถในการดึงดูดของแหล่งดึงดูดใจในพื้นที่แล้ว การเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวโดยสะดวกก็มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเช่นกัน เมืองท่องเที่ยวหลักมักมีศักยภาพในการเข้าถึงสูงกว่าเมืองอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตามก็ดี จากปัจจัยความหลากหลายของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ในกรณีนักท่องเที่ยวมีความต้องการหลากหลาย จะทำให้สามารถเชื่อมโยงความต้องการกับกิจกรรมในภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ได้มากขึ้น แต่ถ้ายังมีอุปสรรคเรื่องการเดินทางและการเข้าถึงระหว่างพื้นที่ ก็อาจจะทำให้การเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นทำได้ในวงจำกัด

การแทรกแซงสำคัญที่จะช่วยทำให้เกิดการกระจายทั้งในเชิงพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมพื้นที่กายภาพระหว่างเมืองต่างๆ และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโลกกายภาพและโลกเสมือน

**โครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมพื้นที่กายภาพระหว่างเมือง** จะทำให้เกิดการกระจายพื้นที่ที่จะทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ที่อาจจะเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วแต่เข้าถึงยาก และพื้นที่ที่ไม่เคยเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมาก่อน ความสามารถในการเข้าถึงจะผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวใหม่ๆ อย่างไรก็ดี สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นได้นั้น ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยว หรือในอีกทาง แม่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกัน ความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่สูงก็ทำให้เกิดการกระจายตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวได้เช่นกัน แต่ก็อาจจะเที่ยวกระจุกอยู่ในกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ไม่เกิดการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ หรือไม่มีความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวมากนัก

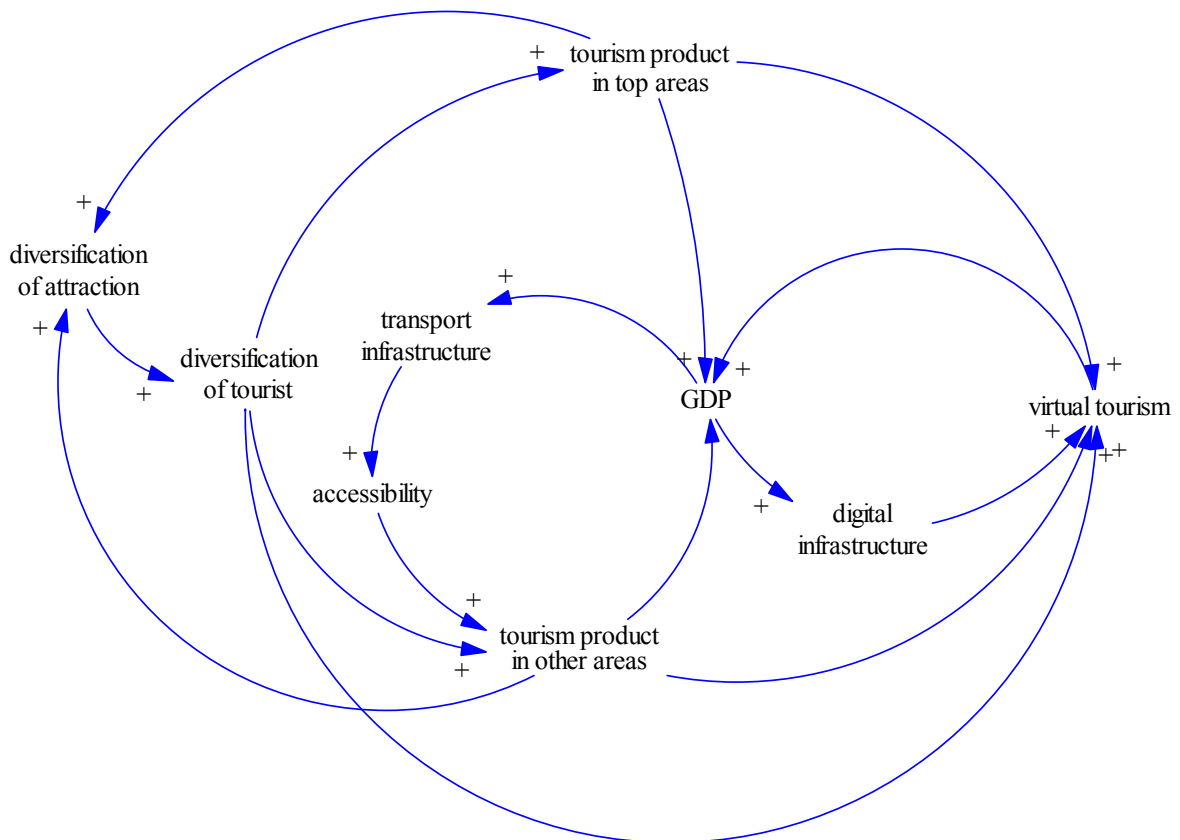
**โครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโลกกายภาพและโลกเสมือน** เป็นการกระจายพื้นที่ไม่เพียงแต่ในพื้นที่กายภาพ แต่เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวพื้นที่กายภาพไปเป็นทางเลือกการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เมื่อทางเลือกหรือช่องทางในการเข้าถึงพื้นที่ระดับย่อยมีมากเท่าใด นักท่องเที่ยวอาจจะเลือกเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์และผ่านเทคโนโลยีความจริงเสมือนได้ เมื่อความต้องการท่องเที่ยวผ่านออนไลน์มีสูงก็จะส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีจำนวนมากบนแพลตฟอร์มออนไลน์



### รูปที่ 9.6 กรอบแนวคิดเชิงระบบของฉกทศนการท่องเที่ยวไทย

เมื่อแปลงกรอบแนวคิดเชิงระบบในรูปที่ 9.6 มาเป็นผังระบบเพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตทางเลือกรูปแบบต่างๆ ในรูปที่ 9.7 แสดงให้เห็นว่า ความหลากหลายของนักท่องเที่ยว (Diversification of tourists) มีผลต่อความต้องการที่นำไปสู่การนำเสนอและสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism products) ทั้งในแง่แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าและบริการสนับสนุนการท่องเที่ยว ยิ่งนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากเท่าใด โอกาสที่จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายก็จะเพิ่มขึ้น

เท่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสที่จะเกิดการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น หรือในทางกลับกัน หากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่คล้ายกันและมีโครงสร้าง สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีก็จะตอบสนองตามระดับความต้องการนั้น ส่งผลให้ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ มีน้อยลง



รูปที่ 9.7 ผังระบบการท่องเที่ยวไทย

ในด้านการกระจายเชิงพื้นที่ท่องเที่ยว จะพบว่า เมืองท่องเที่ยวหลัก (Top areas) มักมีข้อได้เปรียบในด้านการเข้าถึง (Accessibility) เมื่อเทียบกับเมืองอื่นๆ (Other areas) ที่มีระดับการพัฒนาที่ไม่ทัดเทียม ดังนั้น การกระจายการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ที่จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทาง (Transport infrastructure) เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงและการอำนวยความสะดวกให้การเกิดการเดินทางข้ามขอบเขตพื้นที่เมืองท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกจากนี้ การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวกระจายไปในพื้นที่ในขอบเขตที่กว้างมากขึ้น ก็จะทำให้การท่องเที่ยวของไทยมีสิ่งดึงดูดใจที่มีความหลากหลาย (Diversification of attraction) มากขึ้น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้นและมีจำนวนมากขึ้นด้วย

การกระจายการท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญและจะเป็นที่นิยมมากขึ้นในอนาคต คือ การท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และเทคโนโลยีเสมือนจริง เกิดเป็นการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual tourism) ซึ่งจะเป็นการนำเอาผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวจากพื้นที่กายภาพไปเป็นทางเลือกการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ หากผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในโลกกายภาพมีความหลากหลายก็จะยิ่งทำให้การท่องเที่ยวในโลกเสมือนจริงมีขนาดใหญ่มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ พื้นที่ท่องเที่ยวเสมือนจริงจะเกิดขึ้นได้ต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital infrastructure) ซึ่งจะเป็นการขยายขอบเขตของการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวไปให้กว้างกว่าการเดินทางไปในพื้นที่กายภาพ และเป็นช่องทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแบบตลอดเวลา (All time tourism product) และสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นได้

อย่างไรก็ดี การเติบโตของการท่องเที่ยวในโลกเสมือนก็อาจจะทำให้บทบาทของการท่องเที่ยวในพื้นที่กายภาพสำคัญน้อยลง และนักท่องเที่ยวอาจจะเลือกเดินทางไปยังพื้นที่กายภาพในพื้นที่ที่มีความสำคัญสูงเท่านั้น หรือไปเที่ยวในพื้นที่ที่โลกเสมือนไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด เกิดเป็นวงจรสมดุล (Balancing loop) หรือในอีกทางการมีการท่องเที่ยวเสมือนก็ยิ่งช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางไปยังพื้นที่กายภาพมากขึ้น และเกิดเป็นวงจรเสริมแรง (Reinforcing loop)

ในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะเป็นส่วนหนึ่งในผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศก็เป็นผลมาจากรูปแบบของการท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว) และการกระจายเชิงพื้นที่ ทั้งนี้ ทั้งสององค์ประกอบที่เป็นทางเลือกในฉากทัศน์ต่างๆ ก็จะมีผลต่อการสร้างรายได้ที่แตกต่างกันด้วย

ผังระบบข้างต้นแสดงให้เห็นถึงวงจรย้อนกลับของผลลัพธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระบบท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่สภาพอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวในภาพต่างๆ ที่เกิดจากความเชื่อมโยงกันของปัจจัยของระบบ ความสัมพันธ์เชิงระบบนี้จะช่วยให้ผู้วางนโยบายเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงผลกระทบต่างๆ ในการแทรกแซงระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ได้

### 9.3.2 ฉากทัศน์การท่องเที่ยวระดับเมือง

เนื้อหาในส่วนนี้นำเสนอภาพอนาคตทางเลือกของการท่องเที่ยวในระดับเมือง ตามที่ได้อธิบายไปก่อนหน้านี้ แม้ว่าการท่องเที่ยวในเชียงใหม่และภูเก็ตมีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันบ้าง แต่ในภาพรวม เมืองทั้งสองแห่งประสบกับปัจจัยขับเคลื่อนบางประการที่ไม่แตกต่างกันมาก ดังนั้น เมื่อได้เลือกแกนปัจจัยขับเคลื่อน 2 ประการที่นำมาใช้ในการสร้างฉากทัศน์แล้ว จึงได้ภาพอนาคต 4 ฉากเหมือนกันดังต่อไปนี้

#### 1) ฉากทัศน์อนาคตเศรษฐกิจท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต

คณะผู้วิจัยได้เลือกปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่คาดว่าจะมีผลกระทบสูงต่อเศรษฐกิจท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต แต่ก็ยังมีความไม่แน่นอนสูงว่าจะเกิดขึ้นไปในทิศทางใดในอีก 20 ข้างหน้า ปัจจัยแรกเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยว ซึ่งข้อหนึ่งคือรูปแบบที่นำโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น และอีกข้อหนึ่งคือรูปแบบที่นำโดยผู้ประกอบการต่างชาติ อีกปัจจัยหนึ่งคือเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยมีข้อหนึ่งคือการท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง และอีกข้อหนึ่งคือเศรษฐกิจ



ท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่เน้นกิจกรรมเศรษฐกิจต่อเนื่องอื่นๆ รายละเอียดโดยสังเขปของแต่ละฉากทัศน์มีดังนี้

### โครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวเน้นผู้ประกอบการต่างชาติ

เศรษฐกิจท่องเที่ยวเน้นผู้ประกอบการต่างชาติ	 <p>(4) มัลดีฟส์/มายอร์ก้า การท่องเที่ยวมาตรฐานโดยทุนต่างชาติ</p>	 <p>(1) ฮ่องกง/เจินัว เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนต่างชาติ</p>	เศรษฐกิจท่องเที่ยวเน้นผู้ประกอบการไทย
	 <p>(3) โอกินาวา/ลาสเวกัส การท่องเที่ยวมาตรฐานโดยทุนในประเทศ</p>	 <p>(2) เกียวโต/คูโซ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนในประเทศ</p>	

### โครงสร้างเศรษฐกิจท่องเที่ยวเน้นผู้ประกอบการไทย

#### รูปที่ 9.8 ฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต

##### ฉากทัศน์ที่ 1: ฮ่องกง/เจินัว - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนต่างชาติ

ภายใต้ฉากทัศน์นี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในภูเก็ตและในเชียงใหม่มีความหลากหลายสูง ไม่เพียงเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่รวมไปถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการแพทย์และสุขภาพ การศึกษา การกีฬาและการบันเทิง ไปจนถึงการผลิตสินค้าสร้างสรรค์ที่แต่เดิมมุ่งขายนักท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่ได้พัฒนาจนกระทั่งสามารถขายโดยตรงให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศได้ โดยใช้ช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีบริษัทใหญ่ในประเทศจีนและสิงคโปร์เป็นเจ้าของ นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจการเงินที่คว้าโอกาสจากแนวโน้มของเงินสกุลดิจิทัลและธุรกิจด้านการเงินคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

ธุรกิจท่องเที่ยวระดับนานาชาตินี้เชื่อมโยงกลับไปถึงผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ เช่น เกษตรกรรม เกษตรกรรุ่นใหม่จำนวนหนึ่งได้เจาะตลาดผักและผลไม้ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ซึ่งแม้อาจชอบอาหารไทย แต่ก็ต้องการกินอาหารตะวันตกหรืออาหารชาติอื่นบ้าง จึงมีตลาดของผักผลไม้ที่แต่เดิมต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เกษตรกรเหล่านี้สามารถใช้เทคโนโลยีเพาะปลูกที่ทันสมัย และสามารถผลิตผลผลิตได้ตามที่ร้านอาหารต่างชาติต้องการได้

นอกจากนี้ การตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่สามารถส่งออกไปขายให้ผู้บริโภคในตลาดอื่นที่ไม่จำเป็นต้องเป็นนักท่องเที่ยวก็ได้ นับเป็นการสร้างความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่กว้างออกไปจากขอบเขตของธุรกิจท่องเที่ยวทั่วไป ตัวอย่างเช่น ในการพัฒนาอาหารแนวฟังก์ชันนัลฟู้ด (Functional foods) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มเติมสารอาหารเฉพาะเข้าไปเพื่อให้เกิดประโยชน์เฉพาะเจาะจงในด้านสุขภาพพลานามัย อาจมีการพัฒนาข้าวหรืออาหารเฉพาะสำหรับนักกีฬา มวยไทยที่มาฝึกซ้อมที่ค่ายมวยไทยที่ภูเก็ต หรือข้าวพิเศษสำหรับคนเป็นเบาหวานและผู้สูงวัยที่มาพักผ่อนในศูนย์บริการคนสูงวัยที่ภูเก็ตและเชียงใหม่ เป็นต้น

ตลาดท่องเที่ยวในทั้งสองเมืองเปิดกว้างสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ไม่เพียงเฉพาะบริษัทใหญ่ที่มีเครือข่ายทั่วโลก แต่รวมไปถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นคนต่างชาติและลงหลักปักฐานในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง บรรยากาศของเมืองท่องเที่ยวทั้งเชียงใหม่และภูเก็ตต่างก็มีความเป็นนานาชาติสูง แม้ว่าในกรณีของเชียงใหม่ยังมีกลิ่นอายของความเป็นท้องถิ่นอยู่บ้างก็ตาม ความเปิดกว้างดังกล่าวทำให้เกิดความหลากหลายของเศรษฐกิจท่องเที่ยวในเมืองทั้งสอง ไม่เพียงเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่รวมไปถึงการผลิตและการบริการสืบเนื่องที่เป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward linkages) อาทิ บริษัทออกแบบสถาปัตยกรรม บริษัทโฆษณา ศิลปิน นักออกแบบเกมส์ออนไลน์ โค้ชกีฬาแนว Extreme sport บริษัทผลิตสบู่และเครื่องสำอางออร์แกนิก เป็นต้น

ในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีย่านของคนต่างชาติที่มาใช้ชีวิตที่นี่ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยไม่ใช่มียังมีเพียงผู้สูงอายุที่มาใช้ชีวิตหลังเกษียณ และครูในโรงเรียนนานาชาติ แต่รวมไปถึงคนรุ่นใหม่และคนวัยกลางคนที่ต้องการมาค้นหาและคว้าโอกาสจากเมืองท่องเที่ยวที่มีความเป็นนานาชาติและสากล ร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ตนานาชาติมีพบเห็นอยู่ทั่วไป รวมไปถึงบริษัทที่ผลิตผลงานสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นบริษัทระดับนานาชาติที่มาตั้งสาขาในเชียงใหม่และภูเก็ต คนเร่ร่อนดิจิทัลหรือดิจิทัลโนแมด (Digital nomad) ทั้งที่เป็นคนไทยและคนต่างชาติมีอยู่ทั่วไปทั้งในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวของเมืองและย่านอยู่อาศัยทั่วไป

ในฉากทัศน์นี้ พื้นที่เมืองในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ตทำหน้าที่เหมือนเป็นตลาดกลางของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงมีความเป็นสากลมากขึ้นทั้งในเชิงองค์ประกอบของพื้นที่ และเชิงการออกแบบพื้นที่

เศรษฐกิจท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นนานาชาติและสากลนี้มาพร้อมกับบรรยากาศและวัฒนธรรมเชิงพหุนิยม (Pluralism) ซึ่งมีคนหลากหลายตาอยู่ในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่งนี้ ไม่เพียงเฉพาะนักท่องเที่ยวและคนทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกเป็นประจำเป็นปกติ แต่รวมถึงคนในภาคส่วนอื่นๆ ของเมืองด้วยเช่นกัน คนต่างชาติจำนวนมากก็มาอยู่และแต่งงานกับคนไทย หรือแม้แต่กับคนสัญชาติอื่นที่ลงหลักปักฐานอยู่ในเมืองสองแห่งนี้ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายและสากลจึงมาพร้อมกับวัฒนธรรมเชิงพหุอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ผลกระทบหนึ่งที่เกิดขึ้นกับคนท้องถิ่นแต่เดิมคือปัญหาราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้น คนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของที่ดินแต่เดิมตัดสินใจขายที่ดินไปด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน บางคนขายไปเพราะเห็นว่าขายได้ราคาดี ในขณะที่บางคนขายที่ดินและย้ายไปอยู่ที่อื่น เพราะไม่อยากอาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีแต่คนแปลก

หน้าเข้ามาเที่ยวและตั้งถิ่นฐาน พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีความนานาชาติจึงมาพร้อมกับปรากฏการณ์เจนทริฟิเคชันที่คนรายได้น้อยต้องย้ายออกจากพื้นที่ไป และถูกทดแทนโดยคนที่มีรายได้มากกว่า ทั้งในด้านที่อยู่อาศัยและการทำมาหากิน

จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายและเปิดกว้างสำหรับนักลงทุนจากต่างชาติ ทำให้มีสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีความเป็นสากล แต่ก็ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวและการผลิตสินค้าสร้างสรรค์ภายในจังหวัดที่มีความหลากหลายสูง รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้มากขึ้น และมีการส่งเสริมบรรยากาศและวัฒนธรรมเชิงพหุนิยม (Pluralism) นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จึงเป็นกลุ่มที่ต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการความหลากหลายทั้งในเชิงความเป็นสากลและความเป็นท้องถิ่น บุคคลิขณ์เด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวผู้หลีกเลี่ยงหนีเมืองไปสู่ประสบการณ์เชิงลึก (The in-depth escaper) ซึ่งเป็นบุคลิขณ์ที่โดดเด่นทั้งเชียงใหม่และภูเก็ต
- นักท่องเที่ยวผู้ชอบสานสัมพันธ์ (The relationship builder) ซึ่งเป็นบุคลิขณ์ที่โดดเด่นทั้งเชียงใหม่และภูเก็ต

## ฉากทัศน์ที่ 2: เกียวโต/ดูไบ – เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนในประเทศ

เศรษฐกิจท่องเที่ยวภายใต้ฉากทัศน์นี้มีความหลากหลายเช่นเดียวกับฉากทัศน์ที่ 1 แต่รูปแบบของผลิตภัณฑ์ การบริการ และผู้ประกอบการค่อนข้างแตกต่างออกไปจากแบบแรก ในฉากทัศน์นี้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตท้องถิ่นเป็นคนไทยเสียเป็นส่วนใหญ่ นอกเหนือไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมแล้ว ก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวแปลกใหม่ไปจากเดิม โดยเฉพาะการให้ประสบการณ์ที่ผูกโยงกับความเป็นชุมชนและความเป็นท้องถิ่นของเชียงใหม่และภูเก็ต แม้ว่าผู้ประกอบการสามารถใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้นในการให้บริการและการบริหารจัดการธุรกิจ แต่จุดขายหลักก็ยังเป็นผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นเป็นหลัก

ในฉากทัศน์นี้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นได้พัฒนาสินค้าของตนเองให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ขายได้ไม่เพียงเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงใหม่และภูเก็ตเท่านั้น แต่สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ เช่น ร้านขายผลิตภัณฑ์ผงโกโก้ที่ปลูกและแปรรูปจากไร่ในอำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคคนจีนรุ่นใหม่ที่ยกต่อกันไป

นอกจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไปแล้ว ยังเกิดธุรกิจจำนวนมากในพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับการศึกษา การแพทย์และการดูแลสุขภาพทั้งแผนใหม่และแผนโบราณ มีการตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยมหาวิทยาลัยในจังหวัดเพิ่มบทบาทในการสร้างระบบนิเวศด้านการวิจัยและพัฒนาที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จุดเด่นของยุทธศาสตร์นี้คือ ไม่ได้มองนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักตลอดไป แต่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ช่วยทดสอบสินค้าในช่วงแรก เพื่อขยายตลาดไปยังประเทศต่างๆ ต่อไป

เมื่อเกิดโรคระบาดและเหตุไม่คาดฝันอย่างอื่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้ามาเยี่ยมเยียนได้ ก็มีการใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน VR/MR/AR มาใช้ในการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นมาก็ยังคงเป็นการซื้อมาจากบริษัทต่างชาติ แต่ก็มีบริษัทสตาร์ทอัพของไทยที่พยายามผลิตเทคโนโลยีด้านนี้ออกมาแข่งกับบริษัทต่างชาติ

ในฉากทัศน์นี้ ผู้ประกอบการชาวไทยมีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง สามารถผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและกฎหมายที่ส่งเสริมและปกป้องผู้ประกอบการชาวไทยได้เป็นอย่างดี จึงทำให้การลงทุนของต่างชาติแม้ยังคงมีบ้าง แต่ก็ไม่สามารถครอบงำธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและเชียงใหม่ได้ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องขายกิจการของตนเองไปมาก กลุ่มทุนที่มალงทุนจึงเป็นทุนใหญ่จากกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายและขับเคลื่อนโดยนักลงทุนท้องถิ่น จึงเน้นการกระจายกิจกรรมการท่องเที่ยวไปในพื้นที่ย่อยต่างๆ และมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะการมุ่งให้ประสบการณ์ที่ผูกโยงกับความเป็นชุมชนและความเป็นท้องถิ่น รวมถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้ก็จะเป็กลุ่มที่ต้องการสัมผัสความเป็นชุมชน ค้นหาประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ลึกซึ้งมากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ที่มากกว่าการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคลิกเด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (The catalyst) ซึ่งเป็นบุคลิกเด่นที่โดดเด่นของเชียงใหม่
- นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ (The volunteer traveler) ซึ่งเป็นบุคลิกเด่นที่โดดเด่นที่เชียงใหม่
- นักท่องเที่ยวผู้มีกิจกรรมเคลื่อนตัวตลอดเวลา (The motion-based wanderer) ซึ่งเป็นบุคลิกเด่นที่โดดเด่นที่ภูเก็ต

### ฉากทัศน์ที่ 3: โอภินาวา/ลาสเวกัส - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวโดยทุนในประเทศ

ในฉากทัศน์นี้ ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตยังคงเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากที่ผ่านมายังสามารถขยายกิจการโรงแรม การจัดทัวร์ การขายของฝาก รวมถึงร้านอาหารและสถานบันเทิงได้เรื่อยๆ จึงไม่มีความจำเป็นต้องพัฒนาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอย่างอื่นมาก สถานการณ์นี้ค่อนข้างชัดเจนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากยังคงอยากเดินทางกลับมาพักผ่อนตามชายหาด กินอาหารทะเล และดื่มเที่ยวดังเช่นที่เคยทำมาในยุคก่อนโควิด-19 จึงไม่มีแรงผลักดันที่จะขยายฐานเศรษฐกิจให้ครอบคลุมไปมากกว่ากิจการท่องเที่ยวโดยตรง ห่วงโซ่มูลค่าของเศรษฐกิจท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจึงมีความเฉพาะเจาะจงมาก และมากกว่าเมืองท่องเที่ยวอื่นของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มกลับมาหลังจากการทดลองภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์เริ่มเห็นผลสำเร็จ แม้ว่าต้องประสบกับอุปสรรคหลายประการในช่วงแรกของการดำเนินการ โดยช่วงแรกยังเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรปเป็นหลัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนเดินทางออกจากประเทศได้หลังจากที่รัฐบาลจีนเริ่มเปิดประเทศอีกครั้งหนึ่งในช่วงปลาย พ.ศ. 2565 แต่ภูเก็ตก็ได้กลับมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีนอีกครั้งหนึ่ง

แม้ว่าผู้บริหารในภาคธุรกิจ ราชการและการศึกษาตระหนักถึงปัญหาที่เศรษฐกิจของท้องถิ่นพึ่งพิงการท่องเที่ยวมากเกินไป และได้พยายามสร้างความหลากหลายของเศรษฐกิจมากขึ้นก็ตาม สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ความพยายามดังกล่าวไม่สามารถเดินหน้าต่อไปได้ เนื่องจากการขยายฐานเศรษฐกิจให้หลากหลายมากขึ้นนั้น จำเป็นต้องมีการลงทุนที่ไม่สร้างรายได้ได้มากในช่วงแรก นักธุรกิจของพื้นที่จึงเน้นไปที่ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบเดิมก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19

ส่วนฐานเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่นั้นมีความกว้างและหลากหลายมากกว่าภูเก็ต เนื่องจากมีสถาบันการศึกษา หน่วยงานด้านการแพทย์และการผลิตอุตสาหกรรมรูปแบบต่างๆ มากกว่าภูเก็ต แต่ภายใต้ฉากทัศน์นี้ ด้วยสาเหตุเดียวกันกับภูเก็ต คือ นักท่องเที่ยวเริ่มกลับมาเที่ยวเหมือนเดิมในยุคหลังโควิด-19 ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงพยายามกอบโกยรายได้จากนักท่องเที่ยวที่กลับมา มากกว่าการลงทุนในการขยายฐานผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากกว่าเดิม เศรษฐกิจท่องเที่ยวของเมืองจึงยังเน้นการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ไม่ได้มีการลงทุนในการขยายฐานทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ภายในพื้นที่เท่าใดนัก

จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวและขับเคลื่อนโดยนักลงทุนท้องถิ่น ในฉากทัศน์นี้การพัฒนาท่องเที่ยวจะเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและนันทนาการเป็นหลัก และยังเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอย่างอื่นไม่มากนัก เศรษฐกิจท่องเที่ยวของเมืองยังคงเน้นการท่องเที่ยว รูปแบบเดิม การท่องเที่ยวในฉากนี้ไม่ต่างไปจากเดิม แต่จะมีทางเลือกในเชิงพื้นที่ที่หลากหลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จึงเป็นกลุ่มที่มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวที่ค้นหาเอกลักษณ์และความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศไทย บุคลิกเด่นในฉากทัศน์นี้ คือ นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher) ซึ่งเป็นบุคลิกที่โดดเด่นที่เชียงใหม่และภูเก็ต

#### ฉากทัศน์ที่ 4: มัลติพลัส/มายอร์กา - เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวโดยทุนต่างชาติ

ในภาพรวม ฉากทัศน์ที่ 4 เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์เดียวกันกับฉากทัศน์ที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศได้ทยอยกลับมาเที่ยวเชียงใหม่และภูเก็ตหลังจากที่สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ได้เริ่มคลี่คลายลงใน พ.ศ. 2565 จนมีจำนวนมากเหมือนก่อนหน้านั้น ใน พ.ศ. 2567 นักท่องเที่ยวจีนยังคงเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญของเชียงใหม่และภูเก็ตหลังจากที่รัฐบาลจีนเปิดให้ประชาชนคนจีนเดินทางออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยวได้ จำนวนเที่ยวบินตรงจากเมืองขนาดกลางของประเทศจีนเพิ่มขึ้นมากตั้งแต่ พ.ศ. 2567 จนเต็มขีดความสามารถในการรองรับของสนามบินของทั้งสองเมือง ในขณะเดียวกันเที่ยวบินจากอินเดียและรัสเซียเข้าภูเก็ตก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความแออัดที่เกิดขึ้นกับสนามบินของทั้งสองเมืองเริ่มคลี่คลายขึ้น เมื่อสนามบินภูเก็ตแห่งใหม่ที่จังหวัดพังงาและสนามบินเชียงใหม่แห่งใหม่ที่ลำพูนเริ่มเปิดใช้งานเต็มทีในช่วง พ.ศ. 2574-2575

การกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากขึ้นนั้นมีสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งจากการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่และภูเก็ต ซึ่งได้หันกลับมาลงทุนในธุรกิจโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์อีกครั้งหนึ่งหลังสถานการณ์โควิด-19 นักลงทุนต่างชาติเหล่านี้มีเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศของตนเอง โดยเฉพาะแพลตฟอร์มต่างๆ ในประเทศจีน รวมถึงขีดความสามารถด้านการเทคโนโลยีด้านดิจิทัลและข้อมูลที่พัฒนาขึ้นมาก จึงทำให้สามารถดึงนักท่องเที่ยวกลับมาภูเก็ตและเชียงใหม่ได้เป็นจำนวนมาก และมีข้อได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการท้องถิ่น

ของไทย นักลงทุนชาวจีนยังคงควบคุมห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงทั้งต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ คือตั้งแต่การจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม ร้านอาหาร ไปจนถึงการซื้อของฝาก และผ่านการใช้มือถือและแอปพลิเคชันของจีนทั้งหมด

นอกจากนี้ นักลงทุนต่างชาติยังเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เทคโนโลยีเหล่านี้มีต้นทุนสูง จึงมีเพียงนักลงทุนต่างชาติรายใหญ่ที่กล้าลงทุนในการพัฒนาธุรกิจด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น VR/AR/MR และระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ แต่ก็ทำให้เกิดความแตกต่างอย่างมากกับผู้ประกอบการไทยที่เข้าไม่ถึงเทคโนโลยีเหล่านี้ ความแตกต่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะยิ่งทำให้เกิดความแตกต่างในขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยกับต่างชาติ และยังทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถขยายกิจการได้มากยิ่งขึ้น

ในช่วง 20 ข้างหน้า การท่องเที่ยวไทยจะประสบภาวะโรคระบาดอีกสองครั้ง แม้ขนาดของผลกระทบจะไม่เท่ากับสถานการณ์โควิด-19 แต่ก็ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงบ้างเป็นระยะๆ ในแต่ละช่วง มักทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมา เนื่องจากนักลงทุนต่างชาติมีสายป่านที่ยาวกว่านักลงทุนไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยแข่งขันได้ยากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะเดียวกัน เนื่องจากเศรษฐกิจท้องถิ่นพึ่งพาการท่องเที่ยวมาก ความซบเซาของการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจเมืองโดยรวม จึงยิ่งทำให้การลงทุนในการขยายฐานเศรษฐกิจให้เกิดความหลากหลายเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีผลกระทบด้านการคลังต่อฐานภาษีท้องถิ่นในเมืองท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวฐานแพลตฟอร์มทำให้รายได้จากท่องเที่ยวตกอยู่กับผู้ประกอบการต่างชาติ โดยเฉพาะเจ้าของแพลตฟอร์ม และไม่ได้ตกอยู่กับผู้ประกอบการท้องถิ่นเท่าใดนัก อีกทั้งความเชื่อมโยงกับธุรกิจสืบเนื่องอื่นๆ ก็ไม่มากพอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องพยายามขยายฐานภาษีจากที่ดินและทรัพย์สินให้กว้างขึ้นและเพิ่มอัตราภาษีให้สูงขึ้น เพื่อนำรายได้มาใช้ในการลงทุนด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการของเมือง

ด้วยเจ้าของกิจการและนักลงทุนจำนวนมากเป็นคนต่างถิ่น จึงไม่ได้พยายามสร้างเครือข่ายทางสังคมและการเมืองในท้องถิ่นเท่าใดนัก และไม่มีกรรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนอย่างเหนียวแน่น การรวมกลุ่มที่มีก็แยกขาดกันชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นแต่ดั้งเดิม ผู้ประกอบการที่เป็นทุนจากกรุงเทพฯ หรือเมืองอื่นๆ และผู้ประกอบการทุนต่างชาติ การขับเคลื่อนเชิงนโยบายกับรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นที่จำเป็นต้องผลักดันไปด้วยกันจึงไม่ค่อยบรรลุประสิทธิผลเท่าใดนัก

นอกจากนี้ เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่เน้นธุรกิจท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินในเมือง มูลค่าที่ดินที่เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทำให้คนท้องถิ่นจำนวนมากต้องย้ายออกไปอยู่ที่ห่างไกลจากแหล่งงาน คือ สถานประกอบการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ซึ่งในกรณีของภูเก็ตคือตามชายหาดสำคัญและเมืองเก่าภูเก็ต และกรณีของเชียงใหม่คือพื้นที่ภายในคูเมืองเชื่อมต่อไปจนถึงถนนนิมมานเหมินท์และแม่น้ำปิง เจ้าของที่ดินจำนวนมากเป็นทุนต่างชาติ ซึ่งมีทั้งที่ได้ที่ดินมาอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากการส่งเสริมของภาครัฐ และจากช่องทางกฎหมายที่เปิดโอกาสให้ถือครองได้ในลักษณะให้คนไทยเป็นนอมินี

จากรูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวและเปิดกว้างสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในฉากทัศน์นี้ จึงมีการลงทุนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะลงทุนในธุรกิจโรงแรมและ อสังหาริมทรัพย์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเป็นบริการที่มีมาตรฐานระดับสูงในระดับสากล มี สินค้าและบริการที่ตอบสนองวิถีชีวิตสมัยใหม่ นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จะเป็นกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการพักผ่อนและต้องการคุณภาพบริการหลายระดับตั้งแต่ระดับโดยทั่วไปไปจนถึงระดับสูง บุคลิกภาพ หลักในฉากทัศน์นี้

- นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer) ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่โดดเด่นที่ ภูเก็ต
- นักท่องเที่ยวผู้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ (The Outing Joiner) ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่โดดเด่นที่ภูเก็ต
- นักท่องเที่ยวผู้ใช้เวลากับตัวเอง (The time spender) ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่โดดเด่นที่ เชียงใหม่

สามารถสรุปบุคลิกภาพเด่นในขนาดของแต่ละฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ตได้ ดังรูปที่ 9.9



รูปที่ 9.9 บุคลิกภาพเด่นของนักท่องเที่ยวในฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต

ตารางที่ 9.9 อธิบายจากทัศนการณ์การท่องเที่ยวไทยระดับเมือง กรณีเชียงใหม่และภูเก็ต

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 ฮ่องกง/เจนีวา	ฉากทัศน์ที่ 2 เกียวโต/ดูไบ	ฉากทัศน์ที่ 3 โอ๊กินาวา/ลาสเวกัส	ฉากทัศน์ที่ 4 มัลดีฟส์/มายอร์กา
ด้านอุปทาน	โครงสร้างพื้นฐาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>องค์ประกอบของพื้นที่และการออกแบบพื้นที่ที่มีความเป็นสากล</li> <li>บริการสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นร้านนานาชาติและพบเห็นทั่วไป</li> <li>มีบริษัทที่ผลิตผลงานสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติรูปแบบต่างๆ ตั้งอยู่ในจังหวัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน VR/MR/AR มาใช้ในการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ แต่ยังคงเป็นการซื้อจากบริษัทต่างชาติเป็นหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน VR/MR/AR มาใช้ในการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ แต่ยังคงเป็นการซื้อจากบริษัทต่างชาติเป็นหลัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้นักท่องเที่ยว เช่น VR/AR/MR และมีการใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์</li> </ul>
	ผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดกว้างสำหรับนักลงทุนจากต่างชาติ</li> <li>เกิดธุรกิจท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่เชื่อมโยงกลับไปยังผลิตภัณฑ์ต้นน้ำที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ</li> <li>เป็นตลาดกลางของสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมีความเป็นสากล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ประกอบการและผู้ผลิตท้องถิ่นเป็นคนไทยเสียเป็นส่วนใหญ่</li> <li>มีสตาร์ทอัพของไทยเกิดมากขึ้นเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เข้าสู่ตลาดเพื่อแข่งขันกับบริษัทต่างชาติมากขึ้น</li> <li>ผู้ประกอบการชาวไทยมีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก และยังไม่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอย่างอื่นมากนัก</li> <li>เน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจและธุรกิจการท่องเที่ยวแบบเดิมก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 และเร่งหารายได้จากการกลับมาของการท่องเที่ยวโดยเน้นการขายการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดกว้างสำหรับนักลงทุนจากต่างชาติ</li> <li>มีการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจท่องเที่ยว หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยเน้นลงทุนในธุรกิจโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว</li> </ul>



ตารางที่ 9.9 (ต่อ)

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 ฮ่องกง/เจนีวา	ฉากทัศน์ที่ 2 เกียวโต/ดูไบ	ฉากทัศน์ที่ 3 โอ๊กินาวา/ลาสเวกัส	ฉากทัศน์ที่ 4 มัลดีฟส์/มายอร์ก้า
	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีความหลากหลายสูง</li> <li>การผลิตสินค้าสร้างสรรค์มีการพัฒนาจนสามารถขายให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศโดยตรงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</li> <li>ธุรกิจการท่องเที่ยวและการผลิตและการบริการสืบเนื่องที่เป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงไปข้างหลัง (backward linkages)</li> <li>มีการส่งเสริมบรรยากาศและวัฒนธรรมเชิงพหุนิยม</li> <li>การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) ที่สามารถส่งออกไปขายให้ผู้บริโภคในตลาดอื่นที่ไม่จำกัดเฉพาะนักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวแปลกใหม่ โดยเฉพาะการมุ่งให้ประสบการณ์ที่ผูกโยงกับความเป็นชุมชนและความเป็นท้องถิ่น</li> <li>นำเสนอผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นเป็นหลักผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย</li> <li>การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ขายได้ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังสามารถส่งออกขายยังต่างประเทศได้</li> <li>ธุรกิจในพื้นที่เชื่อมโยงกับการศึกษา การแพทย์และการดูแลสุขภาพทั้งแผนใหม่และแผนโบราณมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เศรษฐกิจท่องเที่ยวของเมืองจึงยังเน้นการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ไม่ได้มีการลงทุนในการขยายฐานทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ</li> <li>ห่วงโซ่มูลค่าของเศรษฐกิจท่องเที่ยวมีความเฉพาะเจาะจงไปในด้านการท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>นักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะนักลงทุนจีนควบคุมห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยให้มีการดำเนินการธุรกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านการใช้มือถือและแอปพลิเคชันทั้งหมด</li> </ul>
ด้านอุปสงค์	บุคลิกภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>The in-depth escaper (เชียงใหม่และภูเก็ต)</li> <li>The relationship builder (เชียงใหม่และภูเก็ต)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The catalyst (เชียงใหม่)</li> <li>The volunteer traveler (เชียงใหม่)</li> <li>The motion-based wanderer (ภูเก็ต)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The Thai toucher (เชียงใหม่และภูเก็ต)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The pamperer (ภูเก็ต)</li> <li>The outing joiner (ภูเก็ต)</li> <li>The time spender (เชียงใหม่)</li> </ul>

ตารางที่ 9.9 (ต่อ)

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	จากทัศน์ที่ 1 ฮ่องกง/เจนีวา	จากทัศน์ที่ 2 เกียวโต/ดูไบ	จากทัศน์ที่ 3 โอ๊กินาวา/ลาสเวกัส	จากทัศน์ที่ 4 มัลดีฟส์/มายอร์ก้า
ด้านผลกระทบ	ผลกระทบจากการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไปจนถึงการผลิตสินค้าสร้างสรรค์</li> <li>• กระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ</li> <li>• ปัญหาราคาที่ดินที่เพิ่มขึ้นและปรากฏการณ์เงินทริฟิเคชัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ห่วงโซ่มูลค่าของเศรษฐกิจท่องเที่ยวมีความเฉพาะเจาะจงมาก</li> <li>• กระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ</li> <li>• ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การกระจายรายได้ไปนอกภาคการท่องเที่ยว</li> <li>• ความเสี่ยงสูงหากเกิดผลกระทบภายนอกกับภาคการท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เกิดความแตกต่างในความสามารถระหว่างผู้ประกอบการต่างชาติกับไทย</li> <li>• เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวฐานแพลตฟอร์มทำให้รายได้จากท่องเที่ยวตกอยู่กับผู้ประกอบการต่างชาติ</li> <li>• การสร้างเครือข่ายทางสังคมและการเมืองในท้องถิ่นมีน้อย</li> <li>• ปัญหาราคาที่ดินที่เพิ่มขึ้นและเงินทริฟิเคชัน</li> </ul>

## 2) ฉากทัศน์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

หากไม่มีภัยพิบัติหรือวิกฤตครั้งใหญ่ที่ทำให้เกิดความเสียหายอย่างมากกับกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ โรคระบาดที่รุนแรงและยาวนานกว่าโควิด-19 หรือสงครามระหว่างประเทศ หรือสงครามกลางเมืองที่ยืดเยื้อ กรุงเทพมหานครก็น่าจะยังคงเป็นมหานครท่องเที่ยวสำคัญในระดับโลก เทียบเคียงได้กับลอนดอน ปารีส นิวยอร์ก ดูไบ และอิสตันบูล เหตุการณ์บางอย่างอาจทำให้การท่องเที่ยวลดลงบ้างเป็นบางครั้ง เช่น การประท้วงทางการเมืองและการก่อการร้ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เศรษฐกิจตกต่ำในตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมถึงสถานการณ์หมอกควัน PM2.5 แต่กรุงเทพมหานครก็มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีพลวัตมากพอที่จะคงสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญระดับต้นๆ ของโลกได้อยู่ต่อไป

ดังนั้น ความไม่แน่นอนที่จะมีผลกระทบอย่างมากต่อกรุงเทพมหานครในฐานะมหานครการท่องเที่ยวของโลก ย่อมต้องเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและทรงพลังอย่างมาก ตามที่ได้วิเคราะห์ไปก่อนหน้านี้ ปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนสูงที่อาจมีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในมหานครกรุงเทพ ซึ่งครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานครและจังหวัดปริมณฑล คือ ระดับความสูงของน้ำ และความถี่และระยะเวลาของน้ำท่วมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ของคณะวิจัย พบว่า ในอนาคตจะมีบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครทั้งที่เป็นบุคลิกภาพหลักและรอง แสดงดังตารางที่ 9.10 บุคลิกภาพข้างต้นเป็นการวิเคราะห์ภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์น้ำท่วมในภาวะปัจจุบันที่ระดับน้ำท่วมยังไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากนัก อย่างไรก็ตาม ระดับน้ำท่วมที่เพิ่มสูงขึ้นจะยิ่งทำให้มีข้อจำกัดและมีอุปสรรคในการท่องเที่ยวมากขึ้น และทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวมากขึ้น ผลดังกล่าวจะทำให้การท่องเที่ยวแบบเดิมในบางบุคลิกภาพไม่สามารถทำได้ตามปกติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความหลากหลายของบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้วย

ตารางที่ 9.10 บุคลิกภาพในอนาคตของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพรอง
<ul style="list-style-type: none"> <li>• นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer)</li> <li>• นักท่องเที่ยวผู้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ (The outing joiner)</li> <li>• นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher)</li> <li>• นักท่องเที่ยวผู้ชอบสานสัมพันธ์ (The relationship builder)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran)</li> <li>• นักท่องเที่ยวผู้ใช้เวลากับตัวเอง (The time spender)</li> <li>• นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองทางสายอาชีพ (The enhancer)</li> <li>• นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer)</li> </ul>

จากการกำหนดระดับน้ำท่วมออกเป็น 6 ระดับตามที่ได้อธิบายมาข้างต้น สามารถสร้างเป็นฉากทัศน์ระยะยาว 20 ปี โดยแบ่งฉากทัศน์ของการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครได้ 4 ฉากทัศน์ แสดงดังรูปที่ 9.10 และแต่ละฉากทัศน์มีรายละเอียดดังนี้



ระดับน้ำท่วมในกรุงเทพมหานคร

## รูปที่ 9.10 จากทัศนการณ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

### จากทัศนการณ์ 1: กรุงเทพมหานคร ไร้น้ำท่วม

ในจากทัศนการณ์นี้ กรุงเทพมหานครแทบไม่มีน้ำท่วมขังใดๆ เลยตลอดทั้งปี เนื่องจากการบริหารจัดการที่ดีมาก มีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในการป้องกันและระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพสูง ไม่ว่าจะฝนตกลงมาเท่าใด หรือแม้แต่ว่าระดับน้ำทะเลสูงขึ้นเท่าใด ก็สามารถระบายน้ำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การท่องเที่ยวในจากทัศนการณ์นี้จึงไม่ได้รับผลกระทบใดๆ จากน้ำท่วม แม้ในช่วงหน้าฝนก็ตาม กิจกรรมการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นตามระดับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของพื้นที่กรุงเทพฯ ในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศในระดับโลก จากทัศนการณ์นี้จะแทบเป็นไปได้ใน 20 ปี ข้างหน้า จึงไม่ถือว่าเป็นภาพอนาคตที่เชื่อได้ว่าเกิดขึ้นได้จริง (Plausible future) อีกทั้งความพยายามที่จะทำให้กรุงเทพฯ แห่งตลอดเวลาก็อาจเป็นแนวทางที่ผิดธรรมชาติมากเกินไปก็เป็นได้

หากการท่องเที่ยวดำเนินไปตามที่กล่าวข้างต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจะเป็นสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกกว่าในปัจจุบัน เนื่องจากไม่มีอุปสรรคเรื่องน้ำท่วม อันเป็นผลจากความพยายามที่จะทำให้เมืองแห่งอยู่ตลอด บุคลิกเด่นในจากทัศนการณ์นี้จึงประกอบด้วยทุกบุคลิกที่ดังตารางที่ 9.10 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran) ที่อาจจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นจากความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ย่อยๆ ของกรุงเทพมหานครมากขึ้น และไร้อุปสรรคเรื่องน้ำท่วม และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะกลายขึ้นมาเป็นบุคลิกเด่นหลักได้

### จากทัศนการณ์ 2: กรุงเทพมหานคร เหมือนปัจจุบัน

จากทัศนการณ์หนึ่งที่น่าจะเกิดขึ้นได้ในอีก 20 ปีข้างหน้าคือสถานการณ์น้ำท่วมในกรุงเทพฯ จะไม่แตกต่างจากสถานการณ์ในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา คือ มีเหตุการณ์น้ำท่วมในระดับ 1 (ต่ำ) และระดับ 2 (ปานกลาง) เกิดขึ้นเป็นระยะๆ ในช่วงฤดูฝนและในช่วงอื่นๆ บางเป็นบางครั้ง แต่ไม่ได้มีการท่วมขังระยะยาว โดยระดับน้ำฝนและระดับน้ำทะเลก็ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นมากเท่าใดนัก ในขณะที่เดียวกัน การบริหารจัดการน้ำท่วมก็อยู่ในระดับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไม่ได้มีประสิทธิภาพแย่งหรือเพิ่มขึ้นมาจากเดิมเท่าใดนัก

แม้ว่าใน พ.ศ. 2568 จะเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในระดับ 3 (สูง) และมีน้ำท่วมขังสูงอยู่สองวัน แต่น้ำท่วมระดับนี้ทำให้เกิดความเสียหายบ้าง เนื่องจากมีน้ำท่วมไหลเข้าไปในอาคาร ทำให้โรงแรมและสถานประกอบการหลายแห่งต้องซ่อมแซมโครงสร้างอาคารบ้าง อย่างไรก็ตาม น้ำท่วมครั้งดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ต่ำในกรุงเทพมหานคร เช่น หัวหมากและพระโขนง แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพฯ ไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากเหตุการณ์ดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ จึงแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านที่ตั้งหลักๆ ของกิจการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ

ในสภาพระดับน้ำประมาณ 5-20 เซนติเมตร คือระดับน้ำท่วมขังทั่วไป หรือที่เรียกว่าน้ำท่วมระดับต่าตุ่ม นักท่องเที่ยวและคนทั่วไปประสบความลำบากและนาราคาญในการเดินเท้าและเดินทางบ้าง แต่เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวมักมีทางเท้าที่ดีพอใช้ได้และสูงมากพอ นักท่องเที่ยวจึงไม่ถึงกับเดินทางไปไหนมาไหนไม่ได้ บางคนที่ไม่อยากทำเป็ยกจากการเดินก็สามารถเรียกใช้รถแท็กซี่รวมถึงรถตุ๊กโดยสารด้วยแอปพลิเคชัน จึงไม่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมระดับนี้

เมื่อระดับน้ำสูงเกินกว่า 20 เซนติเมตร ซึ่งเป็นความสูงระดับปานกลางที่เดินเท้าได้ยากลำบากหากไม่ความจำเป็นใดๆ นักท่องเที่ยวก็คงไม่เดินลุยน้ำเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวเอง แต่อาจยังขึ้นรถยนต์และรถตุ๊กได้ กิจกรรมการท่องเที่ยวยังคงเกิดขึ้นได้บ้างในอาคารสถานที่ที่มีการป้องกันน้ำไหลเข้าอาคาร ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจึงมีอยู่บ้าง แต่ก็ไม่มากนัก แต่ก็ทำให้นักท่องเที่ยวในช่วงฤดูฝนมีจำนวนน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น

ในฉากทัศน์นี้ ปรากฏการณ์น้ำท่วมในกรุงเทพมหานครไม่ได้รับแรงขึ้นกว่าที่ผ่านมาเท่าใดนัก ในช่วงฤดูฝนและในวันที่ฝนตกหนัก ก็มีน้ำท่วมขังอยู่บ้าง ในทุกๆ 5 ปี ก็มีน้ำท่วมใหญ่อยู่บ้าง แต่ก็ไม่ถึงระดับน้ำท่วมครั้งใหญ่ใน พ.ศ. 2554 ในช่วงหลังโรคระบาดโควิด-19 เพียง 2-3 ปี ก็มีโครงการพัฒนาโรงแรม ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นจำนวนมากในบริเวณริมน้ำของกรุงเทพมหานคร

ในขณะที่เดียวกัน แหล่งท่องเที่ยวได้ขยายพื้นที่ออกไปจากแหล่งเดิมมากขึ้น ทั้งบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี รวมไปถึงพื้นที่ชายฝั่งในจังหวัดสมุทรปราการและเขตบางขุนเทียนของกรุงเทพมหานคร แม้ว่าชายฝั่งทะเลเหล่านี้ไม่มีชายหาดขาวเหมือนจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งอื่น แต่การด้วยความสะดวกในการเข้าถึงใจกลางเมืองกรุงเทพฯ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการขนาดใหญ่ จึงทำให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครจึงเริ่มกระจายตัวไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ในมหานครกรุงเทพฯ มากขึ้น

โครงการพัฒนาโรงแรม ห้างสรรพสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกได้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในพื้นที่ต่ำของกรุงเทพมหานคร อาทิ พระโขนง บางนา ประเวศ ลาดกระบัง บางกะปิ สวนหลวง แต่พื้นที่เหล่านี้มักประสบกับปัญหาน้ำท่วมอยู่เป็นเนือง

แม้ว่าในฉากทัศน์นี้จะมีน้ำท่วมบ้าง แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวยังคงดำเนินไปตามปกติ แต่มีกิจกรรมบางอย่างที่มีการปรับตัวและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในอาคารสถานที่ที่มีการป้องกันน้ำไหลเข้าอาคาร แต่ก็เป็นสถานการณ์ที่เทียบเคียงกับสถานการณ์ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวก็ยังคงดำเนินต่อไป บุคลิกเด่นในฉากทัศน์นี้จึงประกอบด้วยทุกบุคลิกดังตารางที่ 9.10 เช่นเดียวกับในฉากทัศน์ที่ 1 แต่นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จะเริ่มได้รับผลกระทบจากการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดจากน้ำท่วม

โดยเฉพาะกลุ่มที่เน้นปริมาณการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer) ที่อาจจะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ล้ำบากมากขึ้น

### ฉากทัศน์ที่ 3: กรุงเทพฯ ครึ่งบกครึ่งน้ำ

ภายใต้ฉากทัศน์นี้ กรุงเทพฯ ได้ประสบกับเหตุการณ์น้ำท่วมในระดับ 4 (รุนแรง) และระดับ 5 (รุนแรงมาก) บ่อยครั้งขึ้นในช่วงฤดูฝน โดยเกิดขึ้นแทบทุก 2-3 ปี และมีเหตุการณ์น้ำท่วมในระดับ 3 (สูง) เกิดขึ้นสลับกัน ในแต่ละครั้ง ก็เกิดความเสียหายกับอาคารสถานที่ต่างๆ จำนวนมาก โดยไม่จำกัดเพียงเฉพาะพื้นที่ชานเมืองที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและการใช้ชีวิตของคนกรุงเทพฯ แต่มีผลกระทบไปถึงพื้นที่ย่านธุรกิจและย่านท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพฯ เช่นกัน

ภายใต้ฉากทัศน์นี้ พื้นที่ท่องเที่ยวริมน้ำของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมในระดับสูงเป็นวงกว้างและในความถี่ที่เพิ่มมากขึ้น แม้ว่าพื้นที่ในเขตวัฒนา คลองเตย บางซื่อ และยานนาวา จะอยู่ในระดับสูงประมาณ 2.5-3.5 เมตรจากระดับน้ำทะเล แต่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำนวนมากตั้งอยู่ในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ก็จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากระดับน้ำที่เพิ่มสูงขึ้นและความถี่ที่บ่อยมากขึ้น แม้ว่าจะมีความพยายามในการป้องกันน้ำท่วมในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว แต่อาคารและย่านท่องเที่ยวหลายแห่งไม่สามารถลงทุนสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ช่วยป้องกันน้ำท่วมได้ นักท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในช่วงน้ำท่วม ก็รีวิวและบอกต่อกันไปเกี่ยวกับความไม่สะดวกสบายที่ประสบกับตนเอง จนทำให้ย่านท่องเที่ยวริมแม่น้ำที่แต่เดิมได้รับความนิยมมากได้รับผลกระทบ จนต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศดังกล่าว

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและอาคารสาธารณะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทุ่มงบประมาณจำนวนมากในการสร้างระบบป้องกันน้ำท่วม วัตถุประสงค์ที่มีเงินสะสมและเงินบริจาคมากก็ทำเช่นเดียวกัน สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ยังพอรับมือกับสถานการณ์น้ำท่วมได้บ้าง อย่างไรก็ตาม ระดับน้ำท่วมก็มักสูงมากขึ้นกว่าที่ระบบป้องกันและระบายน้ำของแต่ละอาคารจะรองรับได้ จึงกลายเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการท่องเที่ยวในพื้นที่ยอดนิยมเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ก็เริ่มมีการปรับตัวเข้ากับสภาพน้ำท่วมขังระยะยาวได้มากขึ้น เช่น การปรับเปลี่ยนอาคารสถานที่สำหรับฤดูน้ำท่วม สถานที่ท่องเที่ยวในย่านท่องเที่ยวเก่าจึงยังพอประคองตัวไปได้

ในช่วงเวลาน้ำท่วมขังเป็นเวลานาน พื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งไม่สามารถเข้าถึงได้ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการได้ร่วมกันพัฒนาพื้นที่ความจริงเสมือน (Virtual space) ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมและเข้าร่วมมีประสบการณ์ในกิจกรรมต่างๆ ได้ แต่เนื่องจากเทคโนโลยีดังกล่าวต้องใช้เงินทุนสูงในการพัฒนาและติดตั้ง จึงมีผู้ประกอบการและหน่วยงานเพียงไม่กี่แห่งที่สามารถให้บริการเทคโนโลยีเสมือนจริงให้กับนักท่องเที่ยวได้

ในขณะเดียวกัน แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปมาก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ในต่างประเทศ รวมถึงประเทศจีน การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้คนในท้องถิ่นกลายเป็นเรื่องปกติ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ดังเช่นกรุงเทพมหานคร แนวโน้มพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้ ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไม่มีความจำเป็นต้องอยู่ในย่านท่องเที่ยวแบบเดิม แต่กลับเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สามารถเกิดขึ้นในย่านที่ดูเหมือนไม่ใช่ย่านท่องเที่ยวเลย

เช่น ย่านสำโรง สมุทรปราการ ย่านคูคตในอำเภอลำลูกกา ปทุมธานี เป็นต้น พื้นที่เหล่านี้มีความสะดวกในการเข้าถึงตัวเมืองกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีสถานีรถไฟฟ้าอยู่ใกล้ แต่มีความเป็นท้องถิ่นที่ไม่เหมือนกับย่านท่องเที่ยวแบบถนนข้าวสารหรือสีลม

ในฉากทัศน์นี้ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ยังคงกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวย่านเดิมๆ แม้ว่าจะเกิดน้ำท่วมบ่อยครั้งมากขึ้นและระดับน้ำก็เพิ่มสูงขึ้นไปเรื่อยๆ ก็ตาม เนื่องจากความพยายามในการป้องกันน้ำท่วมไม่ประสบผลสำเร็จ น้ำยังคงท่วมขังบ่อยมากขึ้น ระดับน้ำสูงขึ้น และยาวนานมากขึ้น แนวทางการรับมือกับสถานการณ์น้ำท่วมจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการปรับตัวมากยิ่งขึ้น

ในการนี้ สถานที่ท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชนต่างพยายามปรับตัวให้เข้ากับสภาพน้ำท่วมที่เกิดขึ้นบ่อยและระยะยาวมากขึ้น โรงแรมหลายแห่งเริ่มปรับอาคารให้สามารถรับมือกับน้ำท่วมระยะยาว อาทิ การย้ายโถงลิฟต์ขึ้นบนชั้นลอยหรือชั้นสูง และเปิดพื้นที่ชั้นล่างให้โล่งกว้าง เพื่อไว้สำหรับเวลาน้ำท่วม บางแห่งมีการจัดเตรียมเรือรับส่งจากโรงแรมไปยังสถานีรถไฟฟ้าหรือวิ่งบนถนนเมื่อน้ำท่วมขังเป็นเวลานาน ผู้ประกอบการบางรายเปลี่ยนกระบวนทัศน์เกี่ยวกับน้ำท่วม และขายปรากฏการณ์นี้สำหรับคนที่ต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยออกแบบพื้นที่ทั้งในระดับโครงการและระดับย่านให้สามารถใช้ประโยชน์จากระดับน้ำที่เพิ่มสูงขึ้นได้ เช่น สวนและอาคารลอยน้ำ เป็นต้น

จริงอยู่ที่ว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแพร่ขยายเข้าไปยังย่านที่อยู่อาศัยและพื้นที่ในการใช้ชีวิตทั่วไปของคนท้องถิ่น แนวโน้มนี้ในด้านหนึ่งเป็นการกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับคนในย่านและชุมชนใหม่ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยปกติแล้วจะยินดีที่จะใช้จ่ายมากกว่าคนท้องถิ่นในช่วงเวลาการท่องเที่ยว แต่ปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ ย่านบางแห่งที่ไม่เคยมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนหรือพักผ่อนมาก่อน ในเวลาไม่นานกลับมีคนแปลกหน้าจำนวนมากเข้าๆ ออกๆ ในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งไม่รู้ธรรมเนียมปฏิบัติและการปฏิบัติตัวในชุมชน จึงเกิดปัญหารบกวนคนในชุมชนมากขึ้น

ปัญหาความขัดแย้งเกิดขึ้นไม่เพียงเฉพาะระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนเท่านั้น แต่เป็นความขัดแย้งระหว่างคนในชุมชนที่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวกับคนที่ไม่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว เจ้าของบ้านจำนวนมากปล่อยให้ห้องเช่าให้นักท่องเที่ยวพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยที่ตนเองไม่ได้อาศัยอยู่ในบ้านและชุมชนนั้นแล้ว เพื่อนบ้านจึงไม่ค่อยพอใจที่มีคนแปลกหน้าเดินพลุกพล่านอยู่ในชุมชนตลอดเวลา นอกจากปัญหาเรื่องเสียงรบกวนและความวุ่นวายแล้ว จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาการจัดเก็บไม่หมดในบางวัน กลายเป็นปัญหาความรำคาญสะสมอยู่ในพื้นที่ แต่เนื่องจากเจ้าของบ้านไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่แล้ว จึงเป็นเรื่องยากในการจัดการระหว่างเพื่อนบ้านกันเอง

ระดับน้ำท่วมในฉากทัศน์นี้ยังทำให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่เหล่านี้เพิ่มขึ้นมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวเดิม โรงแรมและสถานประกอบการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในย่านที่อยู่อาศัยเหล่านี้ลงทุนถมดินและสร้างกำแพงกันน้ำ จนทำให้เกิดผลกระทบต่อบ้านและอาคารของผู้คนที่อยู่แต่เดิม ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่ามาก ปัญหา น้ำท่วมขังที่เกิดจากการถมดินจึงกลายเป็นปมขัดแย้งที่ทวีความรุนแรงเพิ่ม

ขึ้นมาอีก ในขณะที่เดียวกัน ปัญหาการจัดการขยะจากนักท่องเที่ยวที่มักเก็บไม่หมดในย่านอยู่อาศัยยิ่งหมักหมมมากขึ้นในช่วงน้ำท่วม

สภาพน้ำท่วมในระดับรุนแรงในฉกาศทัศน์นี้มีผลสืบเนื่องไปถึงการผลิตน้ำประปาของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากระดับน้ำท่วมสูงทำให้น้ำเสียไหลเข้าไปในคลองส่งน้ำ แม้ว่าการประปานครหลวงได้ลงทุนในการระดมเสริมแนวป้องกันน้ำท่วมคลองประปาทั้งฝั่งตะวันออกและตะวันตกของกรุงเทพมหานครมาอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่ระดับน้ำก็สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้มาก

ในฉกาศทัศน์นี้ ระดับน้ำท่วมมีผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมก็ได้รับการสร้างระบบป้องกันน้ำท่วมมากขึ้น เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์แห่งใหม่ในย่านที่ไม่ใช่ย่านท่องเที่ยวและมีความเป็นท้องถิ่น รวมถึงมีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ใช้ออกสาจากน้ำท่วม เช่น สวนและอาคารลอยน้ำ เป็นต้น นักท่องเที่ยวในฉกาศทัศน์นี้จะยังคงสามารถท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครได้ และจะเป็นกลุ่มที่เลือกเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักของเมืองเป็นหลัก บุคลิกเด่นในฉกาศทัศน์นี้ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (The pamperer)
- นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher)
- นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran)
- นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer)

#### ฉกาศทัศน์ที่ 4: กรุงเทพฯ ใต้บาดาล

ในฉกาศทัศน์นี้ กรุงเทพฯ ประสบกับเหตุการณ์น้ำท่วมไม่เพียงเฉพาะในช่วงฤดูฝนเท่านั้น แต่ในฤดูอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ระดับน้ำทะเลเริ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก ทำให้หลายพื้นที่ในกรุงเทพฯ มีน้ำท่วมขังอยู่บ่อยครั้งมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะระบบป้องกันน้ำท่วมไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ในขณะที่เดียวกัน ฝนตกหนักและถี่มากขึ้นเป็นบางช่วงในฤดูฝนทำให้เกิดน้ำท่วมในระดับรุนแรงและวิกฤตเป็นระยะ ๆ จนการสัญจรและขนส่งทางบกเป็นไปได้ในวงกว้างหรือในพื้นที่ส่วนใหญ่ของกรุงเทพฯ การท่วมขังในแต่ละครั้งนานกว่า 1 สัปดาห์ เกิดขึ้นหลายครั้งต่อปี และเกิดขึ้นแทบทุกปี

เหตุการณ์น้ำท่วมเป็นประจำนี้ส่งผลความเสียหายกับโครงสร้างพื้นฐานและภูมิทัศน์ของกรุงเทพฯ ไปอย่างมาก ผู้ประกอบการและผู้คนทั่วไปต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันในระยะยาว ในหลายพื้นที่ของเมือง มีการอพยพย้ายถิ่นฐานออกไปเนื่องจากไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ และหลายพื้นที่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการซ่อมแซม พื้นฟูและดูแลอาคารและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสถานการณ์น้ำท่วมที่กลายเป็นภาพปกติของกรุงเทพฯ นี้ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนของรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินของเมืองในระยะยาว

ที่อยู่อาศัยและชุมชนดั้งเดิมเหลืออยู่ไม่มากนักในย่านท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแต่น้ำท่วมสูงมากขึ้น สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งคือราคาที่ดินที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากการกระจุกตัวของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว จึงเกิดปรากฏการณ์ผลัดคนดั้งเดิมออกจากพื้นที่ (Gentrification) เรื่อยมา แต่สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เมื่อน้ำท่วมบ่อยขึ้น นานมากขึ้นและระดับสูง



มากขึ้น ประชาชนทั่วไปที่ไม่มีเงินทุนในการปรับเปลี่ยนและปรับปรุงอาคารบ้านเรือนและสถานประกอบการของตนเอง และประสบความยากลำบากในการอยู่อาศัยและประกอบอาชีพ ก็ต้องขายที่ดินและย้ายออกจากพื้นที่ไป เปิดโอกาสให้นักลงทุนที่มีความสามารถมากกว่าเข้ามาใช้ประโยชน์จากพื้นที่น้ำท่วมได้ และทำให้สามารถรวมแปลงที่ดินเพื่อออกแบบรับมือกับน้ำท่วมในขนาดที่ใหญ่ขึ้นได้

ภายใต้ฉากทัศน์นี้ เกาะรัตนโกสินทร์และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครก็จะประสบกับระดับน้ำท่วมสูงอยู่เป็นประจำ แม้ว่าจะระดับน้ำอาจไม่สูงเท่ากับพื้นที่อื่นของกรุงเทพฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นพื้นที่เหล่านี้มีความสำคัญมากในด้านการท่องเที่ยวและด้านเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งรัฐบาลและภาคเอกชนต่างก็ลงทุนปิดล้อมพื้นที่เหล่านี้เป็นกลุ่มๆ ด้วยระบบระบายน้ำที่ทำให้พื้นที่ภายในย่านไม่มีน้ำท่วม ดังนั้น ภาพภูมิทัศน์ในอนาคตของกรุงเทพมหานครจะเต็มไปด้วยพื้นที่ปิดล้อมคล้ายกับเป็นหมู่เกาะน้อยใหญ่ ซึ่งแยกออกจากกันด้วยพื้นน้ำ และมีการเชื่อมต่อกันด้วยระบบการขนส่งทางน้ำ

ในการนี้ กลุ่มทุนหัวใสบางกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์และเงินทุนขนาดใหญ่ได้เปลี่ยนวิกฤตน้ำท่วมระยะยาวเป็นโอกาสในการลงทุน กลุ่มทุนจีนและไทยกลุ่มหนึ่งได้ร่วมทุนสร้างเมืองท่องเที่ยวฐานน้ำในลักษณะเดียวกับเมืองเวนิสขึ้นมาในพื้นที่น้ำท่วมประจำทุกปี โดยมีทั้งอาคารที่สร้างขึ้นใหม่และอาคารที่มีอยู่แต่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการเดินทางด้วยเรือในขนาดต่างๆ พร้อมกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับเมืองฐานน้ำ คุณลักษณะพิเศษของสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองฐานน้ำคือสถาปัตยกรรมสะเทินน้ำสะเทินบก (Amphibious architecture) ซึ่งออกแบบให้อาคารและสิ่งก่อสร้างสามารถลอยน้ำได้ตามระดับน้ำที่ขึ้นและลงในแต่ละเวลา ในขณะที่เดียวกัน ก็มีการพัฒนาระบบการขนส่งและสัญจรทางน้ำที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพาหนะทางบกได้เมื่อน้ำลด

การก่อสร้างและปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานของเมือง รวมทั้งการออกแบบเมืองและสถาปัตยกรรมให้เป็นฐานน้ำมากขึ้น ทำให้กรุงเทพฯ ยังคงเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของโลกต่อไปได้

ในฉากทัศน์นี้ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครประสบปัญหาภัยกับน้ำท่วมระดับสูงเป็นประจำ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญถูกปรับให้มีการปิดล้อมพื้นที่ให้เป็นกลุ่มๆ เพื่อป้องกันไม่มีน้ำท่วม รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวฐานน้ำ นักท่องเที่ยวในฉากทัศน์นี้จะเป็นกลุ่มที่ยังคงให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของกรุงเทพมหานคร และความแปลกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวที่จะสร้างขึ้น ในฉากทัศน์นี้บุคลิกเด่นในฉากทัศน์นี้ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวผู้ชอบสัมผัสสินทรัพย์รูปแบบไทย (The Thai toucher)
- นักท่องเที่ยวผู้ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวหลัก (The tourism veteran)
- นักท่องเที่ยวชอบปักหมุดสถานที่ (The optimizer)

สามารถสรุปบุคลิกเด่นของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในแต่ละฉากทัศน์ได้ดังรูปที่ 9.11



ระดับหน้าท่วมในกรุงเทพมหานคร

รูปที่ 9.11 บุคลิกเด่นของนักท่องเที่ยวในฉากทัศน์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 9.11 ตัวอย่างจากทัศนการณ์การท่องเที่ยวไทยระดับเมือง กรณีกรุงเทพมหานคร

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 กรุงเทพฯ ไร้น้ำท่วม	ฉากทัศน์ที่ 2 กรุงเทพฯ เหมือนปัจจุบัน	ฉากทัศน์ที่ 3 กรุงเทพฯ ครึ่งบกครึ่งน้ำ	ฉากทัศน์ที่ 4 กรุงเทพฯ ใต้บาดาล
ระดับน้ำท่วม	ระดับความสูงของน้ำ และความถี่ และระยะเวลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่มีน้ำท่วมขังตลอดทั้งปี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>น้ำท่วมในระดับ 1 (ต่ำ) และระดับ 2 (ปานกลาง) เกิดขึ้นเป็นระยะๆ และมีการเกิดน้ำท่วมใหญ่ในระดับ 3 (สูง) ในทุกๆ 5 ปี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>น้ำท่วมในระดับ 4 (รุนแรง) และระดับ 5 (รุนแรงมาก) บ่อยครั้งขึ้นในช่วงฤดูฝน และมีเหตุการณ์น้ำท่วมในระดับ 3 (สูง) เกิดขึ้นสลับกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>น้ำท่วมเกือบตลอดทั้งปี ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น เกิดน้ำท่วมในระดับรุนแรงและวิกฤตเป็นระยะๆ ทำให้น้ำท่วมขังอยู่บ่อยครั้งมากขึ้นและเป็นอุปสรรคต่อการสัญจรมากขึ้น</li> </ul>
ด้านอุปทาน (supply side)	โครงสร้างพื้นฐาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการบริหารจัดการน้ำที่ดีมาก และมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในการป้องกันและระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ยังคงมีโครงการพัฒนาโรงแรม ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในบริเวณริมน้ำของกรุงเทพมหานคร</li> <li>มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการขนาดใหญ่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครกระจายตัวไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ในมหานครกรุงเทพฯ มากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เริ่มมีการปรับเปลี่ยนอาคารสถานที่สำหรับฤดูน้ำท่วม</li> <li>สร้างทางเลือกการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาพื้นที่ความจริงเสมือน (virtual space) ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมและเข้าร่วมมีประสบการณ์ในกิจกรรมต่างๆ ได้ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวกรณีที่เกิดน้ำท่วมซึ่งเป็นเวลานาน</li> <li>แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ยังคงกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวย่านเดิมๆ</li> <li>การพัฒนาของธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญกับการปรับตัวมากขึ้น เช่น โรงแรมปรับอาคารให้สามารถรับมือกับน้ำท่วมระยะยาวมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงสร้างพื้นฐานและภูมิทัศน์ของกรุงเทพฯ ได้รับความเสียหายอย่างมากจากน้ำท่วม และได้รับการซ่อมแซม พื้นฟู และดูแลอาคารและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น</li> <li>มีการสร้างพื้นที่ปิดล้อมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ โดยแยกออกจากกันด้วยพื้นน้ำและเชื่อมต่อกันด้วยระบบการขนส่งทางน้ำ</li> <li>มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับเมืองฐานน้ำ โดยมีคุณลักษณะเป็นสถาปัตยกรรมสะเทินน้ำสะเทินบก (amphibious architecture)</li> <li>การพัฒนากระบวนการขนส่งและสัญจรทางน้ำที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น</li> </ul>

ตารางที่ 9.11 (ต่อ)

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 กรุงเทพฯ ไร้น้ำท่วม	ฉากทัศน์ที่ 2 กรุงเทพฯ เหมือนปัจจุบัน	ฉากทัศน์ที่ 3 กรุงเทพฯ ครึ่งบกครึ่งน้ำ	ฉากทัศน์ที่ 4 กรุงเทพฯ ใต้บาดาล
	กิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตามระดับความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างเกิดขึ้นได้ในอาคารสถานที่ที่มีการป้องกันน้ำไหลเข้าอาคาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและอาคารสาธารณะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนิยมนิยมได้รับการสร้างระบบป้องกันน้ำท่วม</li> <li>เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์แห่งใหม่ในย่านที่ไม่ใช่ย่านท่องเที่ยวและมีความเป็นท้องถิ่น</li> <li>มีการนำเสนอประสบการณ์แปลกใหม่ที่เกี่ยวกับน้ำท่วมสำหรับคนที่ต้องการ เช่น สวนและอาคารลอยน้ำ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครประสบกับระดับน้ำท่วมสูงอยู่เป็นประจำภาครัฐจึงได้ลงทุนปิดล้อมพื้นที่เหล่านี้เป็นกลุ่มๆ ด้วยระบบระบายน้ำที่ทำให้พื้นที่ภายในย่านไม่มีน้ำท่วม</li> <li>การลงทุนสร้างเมืองท่องเที่ยวฐานน้ำในพื้นที่น้ำท่วมประจำทุกปี โดยกลุ่มทุนใหญ่</li> </ul>
ด้านอุปสงค์ (demand side)	บุคลิกภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>The pamperer</li> <li>The outing joiner</li> <li>The Thai toucher</li> <li>The relationship builder</li> <li>The tourism veteran</li> <li>The time spender</li> <li>The enhancer</li> <li>The optimizer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The pamperer</li> <li>The outing joiner</li> <li>The Thai toucher</li> <li>The relationship builder</li> <li>The tourism veteran</li> <li>The time spender</li> <li>The enhancer</li> <li>The optimizer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The pamperer</li> <li>The Thai toucher</li> <li>The tourism veteran</li> <li>The optimizer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The Thai toucher</li> <li>The tourism veteran</li> <li>The optimizer</li> </ul>
ด้านผลกระทบ (impact)	ผลกระทบจากการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>แทบเป็นไปได้ที่จะทำให้กรุงเทพฯ แห่งตลอดเวลาในอีก 20 ปีข้างหน้า และอาจเป็นแนวทางที่สิ้นธรรมชาติมากเกินไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การท่องเที่ยวในพื้นที่ต่ำของกรุงเทพมหานครยังคงประสบกับปัญหาน้ำท่วมอยู่เป็นเนืองแต่ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>น้ำท่วมในระดับนี้ได้ก่อให้เกิดความเสียหายกับอาคารสถานที่ต่างๆ จำนวนมาก รวมถึงพื้นที่ย่านธุรกิจและย่านท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนที่เกิดจากน้ำท่วมเป็นประจำ และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนของรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินของเมืองในระยะยาว</li> </ul>

ตารางที่ 9.11 (ต่อ)

กลุ่มระบบ	ตัวอธิบาย	ฉากทัศน์ที่ 1 กรุงเทพฯ ไร้น้ำท่วม	ฉากทัศน์ที่ 2 กรุงเทพฯ เหมือนปัจจุบัน	ฉากทัศน์ที่ 3 กรุงเทพฯ ครึ่งบกครึ่งน้ำ	ฉากทัศน์ที่ 4 กรุงเทพฯ ใต้บาดาล
ด้านผลกระทบ (impact)	ผลกระทบจากการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวในพื้นที่ยอดนิยมของกรุงเทพมหานคร	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านที่ตั้งหลักๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ</li> <li>• แหล่งท่องเที่ยวขยายพื้นที่ออกไปจากแหล่งเดิมมากขึ้นนักท่องเที่ยวและคนทั่วไปประสบความสำเร็จและนำรายได้มาใช้ในการเดินทางและเดินทางจากน้ำท่วมซึ่งในระดับทั่วไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พื้นที่ท่องเที่ยวริมหน้าของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมในระดับสูงเป็นวงกว้างและมีความถี่เพิ่มขึ้น</li> <li>• นักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบและเกิดความไม่สะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว</li> <li>• น้ำท่วมสูงมากขึ้นเกินกว่าระดับที่ระบบป้องกันและระบายน้ำของอาคารจะรองรับได้กลายเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการท่องเที่ยวในพื้นที่ยอดนิยม</li> <li>• เกิดการกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับคนในย่านและชุมชนใหม่ๆ</li> <li>• เกิดปัญหาการบวกรคนในชุมชนมากขึ้นและมีแนวโน้มเกิดความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนมากขึ้น</li> <li>• เกิดปัญหาขยะและของเสีย ยิ่งน้ำท่วมสูงยิ่งทำให้น้ำเสียไหลเข้าไปในคลองส่งน้ำ มีผลต่อคุณภาพของน้ำที่ผลิต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาที่ดินที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากการกระจุกตัวของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในย่านท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเกิดปรากฏการณ์เจนทริฟิเคชัน (gentrification)</li> <li>• ทุนใหญ่เข้ามาซื้อและรวมแปลงที่ดินและใช้ประโยชน์จากพื้นที่น้ำท่วมได้</li> </ul>

## 9.4 สรุป

บทนี้เป็นการนำเสนอภาพอนาคตทางเลือกผ่านการสร้างฉากทัศน์ (Scenario) โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ฉากทัศน์การท่องเที่ยวระดับประเทศ และ 2) ฉากทัศน์การท่องเที่ยวระดับเมือง โดยในระดับเมืองได้แบ่งออกเป็นอีก 2 กรณี คือ ฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ต และฉากทัศน์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ฉากทัศน์การท่องเที่ยวไทยมาจากการวิเคราะห์โดยเลือกปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ 2 ประการ คือ 1) รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย) และ 2) การกระจายพื้นที่ของเศรษฐกิจท่องเที่ยว (กระจุกตัวหรือกระจายตัว) และสามารถสร้างฉากทัศน์ที่แสดงภาพอนาคตทางเลือกได้ 4 ฉากทัศน์ ได้แก่ ฉากทัศน์ที่ 1 The Avengers: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายที่เด่นนำระดับสากลเฉพาะบางพื้นที่ ฉากทัศน์ที่ 2 บางระจัน: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายระดับฐานรากในวงกว้างฉากทัศน์ที่ 3 ชุนพันธ์: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวระดับฐานรากในวงกว้าง และฉากทัศน์ที่ 4 John Wick: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวที่เด่นนำระดับสากลเฉพาะบางพื้นที่

ส่วนฉากทัศน์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่และภูเก็ตมาจากการวิเคราะห์โดยเลือกปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ 2 ประการ คือ 1) โครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (การประกอบการโดยคนไทยหรือทุนต่างชาติ) และ 2) รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยว (เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงเดี่ยวหรือเชิงหลากหลาย) และสามารถสร้างฉากทัศน์ได้ 4 ฉากทัศน์ ได้แก่ ฉากทัศน์ที่ 1 ฮองกง/เจนีวา: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนต่างชาติ ฉากทัศน์ที่ 2 เกียวโต/ดูไบ: เศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงหลากหลายโดยทุนในประเทศ ฉากทัศน์ที่ 3 โอกินาวา/ลาสเวกัส: การท่องเที่ยวมาตรฐานโดยทุนในประเทศ และฉากทัศน์ที่ 4 มัลดีฟส์/มายอร์กา: การท่องเที่ยวมาตรฐานโดยทุนต่างชาติ

สำหรับฉากทัศน์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครมาจากการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญ คือ ระดับน้ำท่วม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ฉากทัศน์ ตามระดับน้ำท่วม ได้แก่ ฉากทัศน์ที่ 1 กรุงเทพฯ ไร้น้ำท่วม ฉากทัศน์ที่ 2 กรุงเทพฯ เหมือนปัจจุบัน ฉากทัศน์ที่ 3 กรุงเทพฯ ครึ่งบกครึ่งน้ำ และฉากทัศน์ที่ 4 กรุงเทพฯ ใต้บาดาล

ภาพอนาคตทางเลือกต่างๆ ที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้นเป็นทางเลือกให้มองเห็นภาพอนาคตที่หลากหลายเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาเลือกภาพอนาคตที่พึงประสงค์ (Preferable future) หรืออนาคตที่ต้องการบรรลุตามเป้าหมายต่างๆ ได้แก่ ความยั่งยืน (Sustainability) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) หรือการสร้างความเท่าเทียม (Equity) อย่างไรก็ตามแต่ละฉากทัศน์ก็จะนำไปสู่การบรรลุผลของแต่ละเป้าหมายได้ในระดับที่แตกต่างกัน และมีโอกาสและความท้าทายที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ภาพอนาคตที่พึงประสงค์จึงขึ้นอยู่กับว่ามีเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการบรรลุเป็นอย่างไร

ภาพอนาคตที่พึงประสงค์นั้นจะเป็นหมุดหมายสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายนั้นต่อไป สำหรับอนาคตที่พึงประสงค์และแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจะนำเสนอในบทถัดไป