

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว
ในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว
ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) *

Tourism Promotion Strategies for Long-Term Resident
Foreigners in Chiang Mai to Enhance Tourism
in The Next Normal

จิตรลดา ชาตตันนท์, ปานแพร เชาวน์ประยูร อุดมรักษทรัพย์, และ กวินรัตน์ อัฐวงศ์ชยากร
Jitarada Chattanon, Parnprae Chaoprayoon Udomraksasup,
and Kavinrath Attawongchayakorn
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
School of Tourism Development, Maejo University
Corresponding Author, Email: chattanon.j@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) และ 2) เพื่อเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่ม (Focus group discussion) กับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จำนวน 10 คน ใช้การวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ

* ได้รับบทความ: 7 กุมภาพันธ์ 2568; แก้ไขบทความ: 24 เมษายน 2568; ตอรับตีพิมพ์: 28 เมษายน 2568



TOWS Matrix ในการสังเคราะห์กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน พบว่า 1) จังหวัดเชียงใหม่มีจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี มีสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีเส้นทางการคมนาคมที่เชื่อมโยงกับเส้นทางต่างๆ 2) สภาพปัญหาหลักของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่มีประสิทธิภาพ และยังมีเส้นทางการขนส่งที่ไม่ครอบคลุมทุกเส้นทาง 3) อุปสรรคของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ขั้นตอนการตรวจลงตราใช้เวลานาน อีกทั้งนโยบายในการส่งเสริมการพำนักระยะยาวของรัฐบาลยังไม่มี ความชัดเจน นอกจากนี้ยังมีความท้าทายด้านการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป 4) โอกาสที่ส่งเสริมการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วิซ่าประเภทใหม่ Long Term Resident Visa (LTR Visa) และปรับหลักเกณฑ์การยื่นวีซ่าระยะยาว 10 ปี

คำสำคัญ: กลยุทธ์; การส่งเสริมการท่องเที่ยว; ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว; วิถีปกติถัดไป

Abstract

This research aims to 1) analyze the current conditions of long-term stay tourism in Chiang Mai in the context of the “Next Normal,” and 2) propose tourism promotion strategies for long-term resident foreigners in Chiang Mai enhance tourism in the next normal. This is a qualitative research study. Data were collected through in-depth interviews and focus group discussions with foreign residing long-term in Chiang Mai, and stakeholders involved in the promotion of long-term stay tourism. A total of 10 participants were involved in the study. The data were analyzed by using SWOT analysis and the TOWS Matrix to synthesize strategic approaches for enhancing long-term stay tourism in Chiang Mai.

The analysis of the current situation revealed that 1) Chiang Mai has prominent point in cultural, traditional heritage, tourist attraction, diverse tourism experience and the transportation route in Chiang Mai that connect to various



destination. 2) the major issues in Chiang Mai is the inefficiency of its public transportation system and transport routes are inefficiency. 3) Obstacles for foreign residents in Chiang Mai showed the processing time of VISA. Moreover, government policies to promote long-term residency remain unclear. Additionally, the tourism sector is facing ongoing challenges in adapting to the "Next Normal" context, which continues to impact the sustainability and attractiveness of long-term tourism. 4) There are emerging opportunities to support long-term residency in Chiang Mai, such as the introduction of the Long-Term Resident (LTR) Visa, and the recent adjustments to the application criteria for the 10-year long-term visa program.

The strategic framework for promoting long-term stay tourism among foreign nationals in Chiang Mai consists of four strategies including: Promoting cultural, traditional, and lifestyle-based tourism unique to Chiang Mai, in order to enhance the province's identity and appeal as a cultural destination, Encouraging long-term tourism and residence among foreign nationals by improving services, facilities, and support systems tailored to the needs of long-stay visitors, Developing information technology infrastructure and transportation networks to increase accessibility, convenience, and digital engagement within the province and Advancing tourism development in accordance with the "Next Normal" paradigm, focusing on sustainability, safety, and adaptability to future challenges in the tourism sector.

Keywords: strategy; tourism promotion; long-term resident foreigners; the next normal

1. บทนำ

เชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับความนิยมสูงจากชาวต่างชาติที่ต้องการพำนักระยะยาว โดยเฉพาะกลุ่มชาวต่างชาติที่เกษียณอายุจากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย เยอรมัน



แคนาดา เนเธอร์แลนด์รวมทั้งกลุ่มชาวจีนและญี่ปุ่นที่มาพำนักรวมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการพำนักระยะยาวในเชียงใหม่ยังได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติที่มาศึกษาต่อในโรงเรียนนานาชาติในพื้นที่อีกด้วย ข้อมูลจากปี พ.ศ. 2562 ระบุว่า มีชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในเชียงใหม่มากกว่า 50,000 คน โดยรายได้เฉลี่ยของชาวต่างชาติที่พำนักในเชียงใหม่อยู่ที่ 75,000 – 100,000 บาทต่อเดือน สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพ และการใช้ชีวิตประจำวัน (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

ปัจจัยที่ทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่นิยมของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวคือ อากาศที่เย็นสบายในช่วงฤดูหนาว ทำให้เชียงใหม่เป็นแหล่งหลบหนาวที่ดีสำหรับชาวต่างชาติจากประเทศที่มีฤดูหนาวยาวนาน นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่มีความสงบและเหมาะสำหรับการใช้ชีวิตในชนบท อีกทั้งการต้อนรับที่ดีของคนในพื้นที่ทำให้ชาวต่างชาติรู้สึกอบอุ่นและปรับตัวได้ง่าย จึงทำให้ที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักระยะยาว (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2552)

นอกจากนี้แล้วเชียงใหม่ยังเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของกลุ่มชาวต่างชาติที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพ โดยมีโรงพยาบาลและคลินิกที่พร้อมรองรับการรักษาผู้ป่วยจากต่างประเทศ รวมถึงการตรวจสุขภาพประจำปีและการรักษาโรคทั่วไป ซึ่งช่วยทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่มีคุณภาพสูงสำหรับชาวต่างชาติ ที่ต้องการรักษาสุขภาพและดูแลตัวเองในบรรยากาศที่ร่มรื่นและมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าในประเทศตนเอง (Lanna Health Hub, ม.ป.ป) เชียงใหม่ยังมีสถานที่ที่รองรับกับความสนใจของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ที่ผ่านมา มีการสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ Long Stay ในเชียงใหม่ โดยภาครัฐได้วางแผนการพัฒนาธุรกิจนี้อย่างเป็นระบบ โดยการจัดทำแผนแม่บทพัฒนาธุรกิจ Long Stay ระหว่างปี พ.ศ. 2560–2564 ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ ด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพำนักระยะยาว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตหลังเกษียณและกลุ่มที่มาศึกษาต่อ รวมถึงกลุ่มที่ต้องการดูแลสุขภาพ ซึ่งการพัฒนาแผนดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ยังสร้างรายได้หมุนเวียนในเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน (กรวรรณ สังขกร, 2559)



อย่างไรก็ตามการระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยก่อนการระบาดในปี พ.ศ. 2563 เชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมนานมาก โดยเฉพาะกลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในพื้นที่ แต่เมื่อเกิดการระบาดของโควิด-19 ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักลง เนื่องจากการปิดประเทศและมาตรการล็อกดาวน์ที่จำกัดการเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลงอย่างมากและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต้องเผชิญกับภาวะการขาดรายได้ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเชียงใหม่ซึ่งพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักประสบปัญหาการขาดแคลนกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะยาวและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เคยมีจำนวนมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

อย่างไรก็ตาม หลังจากประเทศไทยเริ่มเปิดประเทศในช่วงปลายปี พ.ศ.2564 การท่องเที่ยวในเชียงใหม่เริ่มมีการฟื้นตัวอย่างช้าๆ การเปิดตัวโครงการ "Test & Go" และการฉีดวัคซีนทั่วประเทศช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางระหว่างประเทศอีกครั้ง (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) ทำให้เชียงใหม่ได้รับนักท่องเที่ยวบางส่วนจากต่างประเทศกลับมาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึงปี พ.ศ.2565 แม้จำนวนจะยังไม่กลับมาเท่ากับช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 แต่ธุรกิจในพื้นที่ก็เริ่มฟื้นตัวขึ้นตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) นอกจากนี้แล้วจากการศึกษายังพบว่าชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีส่วนขับเคลื่อนในเรื่องของการท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชาวต่างชาติที่มาพำนักระยะยาวก่อนหน้านี้ที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ทั่วประเทศไทยหรือประเทศเพื่อนบ้าน (กรมการท่องเที่ยว, 2564) นอกจากนี้ ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในเชียงใหม่ยังปรับตัวด้วยการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ เช่น การสั่งซื้ออาหารและสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือการใช้บริการจากร้านค้าในพื้นที่แทนการไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวแบบปกติ การใช้เวลาส่วนใหญ่ในพื้นที่ที่อยู่อาศัย เช่น การออกกำลังกายกลางแจ้งในสวนสาธารณะหรือการทำกิจกรรมที่บ้าน จึงทำให้การใช้ชีวิตประจำวันของชาวต่างชาติในเชียงใหม่ยังคงดำเนินไป แม้สถานการณ์โควิด-19 จะทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบที่คุ้นเคยต้องชะงักลง (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

จากที่กล่าวมาแล้วในช่วงต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับพื้นที่ทั้งยังช่วยพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว



เชิงสุขภาพและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวในเชียงใหม่สามารถเติบโตได้ในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ตามวิธีปกติถัดไป (Next Normal)

2.2 เพื่อเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ตามวิธีปกติถัดไป (Next Normal)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่ม (Focus group discussion) กับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จำนวน 10 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำเสนอ มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในขั้นตอนนี้ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จำนวน 4 คน โดยประเด็นสัมภาษณ์ คือ สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix Analysis และยกวางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิธีปกติถัดไป (Next Normal)

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมกลุ่ม (Focus group discussion) ผู้วิจัยได้นำร่างกลยุทธ์ในขั้นตอนที่ 1 มาประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านที่พักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียม เจ้าหน้าที่ ศูนย์ดูแล และให้บริการด้าน Health care จำนวน 4 คน



หลังจากการประชุมกลุ่มย่อยผู้วิจัยได้ทำข้อมูล และข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและนำเสนอเป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal)

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal)

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis ซึ่งประกอบด้วย วิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก (โอกาส และอุปสรรค) จากศักยภาพปัจจุบันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ SWOT Analysis ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
S1 วัฒนธรรม ประเพณี และเอกลักษณ์โดดเด่น	W1 ระบบขนส่งสาธารณะไม่มีประสิทธิภาพ
S2 สถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	และเส้นทางการขนส่งยังไม่ครอบคลุม
S3 เส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงกับเส้นทางต่างๆ	W2 บุคลากรทางการท่องเที่ยวได้รับ
S4 มีเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ	ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19
S5 อุตสาหกรรมของประชาชนชาวเชียงใหม่	จากการถูกพักงาน ส่งผลให้ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ
	W3 ขาดการเชื่อมโยงด้านเส้นทางการท่องเที่ยว
	W4 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ
	W5 ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว



โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
O1 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีกำลังจ่ายสูง	T1 ปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ส่งผลให้
O2 วีซ่าประเภทใหม่ Long Term Resident Visa : LTR Visa	ชาวต่างชาติเปลี่ยนจุดหมายปลายทาง
O3 ปรับหลักเกณฑ์การยื่นวีซ่าระยะยาว 10 ปี	T2 ขั้นตอนการตรวจลงตราใช้เวลานาน
O4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้	T3 นโยบายของภาครัฐยังไม่มีความชัดเจน
ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว	T4 พฤติกรรมของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวเปลี่ยนไป
O5 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีการปรับตัวกับ	T5 ความท้าทายด้านการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะ
สถานการณ์โควิด-19	วิถีปกติถัดไป (Next Normal) ที่ยังต้องคำนึงถึง
	สถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่สงบ

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งจากวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม เส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงได้ดีทั้งภายในและระหว่างประเทศรวมถึงอัยาศัยไมตรีของประชาชน อย่างไรก็ตาม จังหวัดเชียงใหม่ยังมีจุดอ่อนในด้านระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่เพียงพอ บุคลากรท่องเที่ยวที่ขาดแคลนจากผลกระทบของโควิด-19 และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังไม่ครอบคลุมซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยมีโอกาสจากการที่ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีความสามารถในการใช้จ่ายสูงและการปรับปรุงเงื่อนไขการขอวีซ่ารวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตามก็ยังมีอุปสรรคจากปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ขั้นตอนการขอวีซ่าที่ใช้เวลานาน การขาดความชัดเจนในนโยบายของรัฐ การแข่งขันจากตลาดอื่นๆและความท้าทายในการท่องเที่ยวในยุค Next Normal ที่ยังต้องคำนึงถึงสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่สงบ

4.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT Analysis จัดทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อช่วยในการวางแผนกลยุทธ์โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) ซึ่งช่วยให้เห็นภาพรวมของทางเลือก



กลยุทธ์ที่สามารถดำเนินการได้ โดยมี 4 กลยุทธ์หลักที่สามารถใช้ได้จากการจับคู่เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis – SO Strategy

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
S1 วัฒนธรรม ประเพณี และเอกลักษณ์โดดเด่น	O1 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีกำลังจ่ายสูง
S2 สถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	O2 วีซ่าประเภทใหม่ Long Term Resident Visa : LTR Visa
S3 เส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงกับเส้นทางต่างๆ	O3 ปรับหลักเกณฑ์การยื่นวีซ่าระยะยาว 10 ปี
S4 มีเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ	O4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว
S5 อัยยาศัยไมตรีของประชาชนชาวเชียงใหม่	O5 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีการปรับตัวกับสถานการณ์โควิด-19
กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ของจังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของจังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ SO2 พัฒนาเส้นทางให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว	

จากตารางที่ 2 กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ที่นำจุดแข็งของจังหวัดเชียงใหม่มารวมกับโอกาสที่มีอยู่คือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถดึงดูดชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวที่มีกำลังจ่ายสูง โดยการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เช่น การจัดงานประเพณีท้องถิ่นหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตล้านนา เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจ นอกจากนี้การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยจะช่วยให้ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว



ในเชียงใหม่ได้อย่างรวดเร็ว และสนับสนุนการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการปรับตัวกับสถานการณ์โควิด-19 ได้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis – ST Strategy

จุดแข็ง (Strengths)	อุปสรรค (Threats)
S1 วัฒนธรรม ประเพณี และเอกลักษณ์โดดเด่น	T1 ปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ส่งผลให้
S2 สถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	T2 ขั้นตอนการตรวจลงตราใช้เวลานาน
S3 เส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงกับเส้นทางต่างๆ	T3 นโยบายของภาครัฐยังไม่มีความชัดเจน
S4 มีเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ	T4 พฤติกรรมของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวเปลี่ยนไป
S5 อัยาศัยไมตรีของประชาชนชาวเชียงใหม่	T5 ความท้าทายด้านการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ที่ยังต้องคำนึงถึงสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่สงบ
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ ST1 พัฒนานโยบายการส่งเสริมการพำนักระยะยาวของภาครัฐบาล	
กลยุทธ์ ST2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ในจังหวัดเชียงใหม่	

จากตารางที่ 3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จะมุ่งเน้นการพัฒนานโยบายการส่งเสริมการพำนักระยะยาวจากภาครัฐ เพื่อสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะยาวที่มีศักยภาพสูงในการใช้จ่าย แม้จะมีอุปสรรคจากปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ที่อาจส่งผลให้ชาวต่างชาติเปลี่ยนจุดหมายปลายทางหรือพฤติกรรมของพวกเขาเปลี่ยนไป นอกจากนี้ยังต้องรับมือกับความท้าทายจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่สงบ ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป (Next Normal) เช่น การปรับตัวกับมาตรการสุขอนามัยที่เข้มงวดและการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ เพื่อให้จังหวัดเชียงใหม่ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวระยะยาว



ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis – WO Strategy

จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)
W1 ระบบขนส่งสาธารณะไม่มีประสิทธิภาพ และ เส้นทางการขนส่งยังไม่ครอบคลุม	O1 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีกำลังจ่ายสูง
W2 บุคลากรทางการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากการถูก พักงาน ส่งผลให้ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ	O2 วีซ่าประเภทใหม่ Long Term Resident Visa : LTR Visa
W3 ขาดการเชื่อมโยงด้านเส้นทางการท่องเที่ยว	O3 ปรับหลักเกณฑ์การยื่นวีซ่าระยะยาว 10 ปี
W4 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ	O4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้ ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว
W5 ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	O5 ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวมีการปรับตัว กับสถานการณ์โควิด-19
กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และโครงข่ายระบบ คมนาคมขนส่งของจังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ WO1 พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งในเขตเมือง นอกเมืองให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงกับ เส้นทางการท่องเที่ยว	
กลยุทธ์ WO2 พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบ Next Normal ผ่านแอปพลิเคชัน	

จากตารางที่ 4 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ที่มุ่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่งของจังหวัดเชียงใหม่จะช่วยแก้ไขจุดอ่อนที่มีอยู่ เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่มีประสิทธิภาพและขาดการเชื่อมโยงด้านเส้นทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบคมนาคมให้ครอบคลุมทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางการเดินทางที่สำคัญ นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ Next Normal โดยการใช้แอปพลิเคชันและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อให้ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการในยุคหลังโควิด-19 ที่เน้นความสะดวกและปลอดภัย



ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis – WT Strategy

จุดอ่อน (Weakness)	อุปสรรค (Threats)
W1 ระบบขนส่งสาธารณะไม่มีประสิทธิภาพและเส้นทางการขนส่งยังไม่ครอบคลุม	T1 ปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ส่งผลให้ชาวต่างชาติเปลี่ยนจุดหมายปลายทาง
W2 บุคลากรทางการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากการถูกพักงาน ส่งผลให้ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ	T2 ขั้นตอนการตรวจลงตราใช้เวลานาน
W3 ขาดการเชื่อมโยงด้านเส้นทางการท่องเที่ยว	T3 นโยบายของภาครัฐยังไม่มีความชัดเจน
W4 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ	T4 พฤติกรรมของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวเปลี่ยนไป
W5 ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	T5 ความท้าทายด้านการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ที่ยังต้องคำนึงถึงสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่สงบ
กลยุทธ์เชิงรับ (WO Strategy) พัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ WT1 พัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่	
กลยุทธ์ WT2 มาตรการเร่งด่วนแก้ปัญหาการควบคุมมลพิษทางอากาศ PM 2.5	

จากตารางที่ 5 กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ที่เน้นการพัฒนากการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ในจังหวัดเชียงใหม่จะมุ่งแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การพัฒนากการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสมกับการปรับตัวในสภาวะโควิด-19 และการให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยการใช้มาตรการที่สอดคล้องกับการปฏิบัติในยุค Next Normal นอกจากนี้ยังต้องมีการจัดการปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว โดยการออกมาตรการเร่งด่วนเพื่อควบคุมและลดปัญหาดังกล่าว เพื่อให้เชียงใหม่ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลานี้

กลยุทธ์ทั้ง 4 ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) มีเป้าหมายหลักในการ



ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้จุดแข็งของจังหวัด เช่น วัฒนธรรมที่โดดเด่นและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูง และเพิ่มโอกาสจากการพัฒนาวีซ่าระยะยาวใหม่ (LTR Visa) และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ในขณะเดียวกันต้องรับมือกับอุปสรรคจากปัญหามลพิษทางอากาศและความไม่ชัดเจนของนโยบายภาครัฐด้วยการพัฒนาระบบคมนาคมและการประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุม รวมถึงการปรับตัวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) เพื่อรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 และลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่นตลาดคู่แข่งและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

5. อภิปรายผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สภาพปัจจุบันของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพที่มีความโดดเด่นในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการใช้ชีวิต โดยเฉพาะในมิติของจุดแข็ง ซึ่งประกอบไปด้วย วัฒนธรรม ประเพณีและเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น มีสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ตลอดจนระบบคมนาคมเชื่อมโยงทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ จุดแข็งเหล่านี้สะท้อนถึงความพร้อมของจังหวัดเชียงใหม่ในการรองรับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวโดยเฉพาะบริบทหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพำนักระยะยาว สอดคล้องกับ ศราวุธดี นวกัณห์วรกุล และ ดวงเงิน ชี้อภักดี (2564) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อยาง พบว่า สภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อยาง มีจุดแข็งคือเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่างและประเทศเพื่อนบ้าน มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทุกระบบทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ มีทุนทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่า และมีสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนเก่าแก่ที่ผสมผสานงานช่างศิลป์ไทย จีน มุสลิมและชาติตะวันตกเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งสามารถชี้ให้เห็นว่าเมืองที่มีจุดแข็งด้านวัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานที่ดีก็มีความได้เปรียบในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



ในทางกลับกันจังหวัดเชียงใหม่ยังเผชิญปัญหากับจุดอ่อนหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ และไม่ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก อีกทั้งบุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดแคลนเนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 รวมถึงการขาดการบูรณาการในการประชาสัมพันธ์และการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งจุดอ่อนเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มักเน้นประสบการณ์ท่องเที่ยวในช่วงสั้นๆ

โดยบริบทของวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ได้เปิดโอกาสให้จังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังจ่ายสูง เช่น ผู้ที่ใช้วีซ่าระยะยาวแบบ Long Term Resident Visa (LTR Visa) รวมถึงกลุ่ม Digital Nomads ที่สามารถทำงานทางไกลและเลือกใช้ชีวิตในเมืองที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเข้าถึงข้อมูลก็เอื้อให้การพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ

อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่สำคัญ คือ ปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ซึ่งกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวต่างชาติเปลี่ยนจุดหมายปลายทาง รวมไปถึงความชัดเจนของนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพำนักระยะยาวในประเทศไทย และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในพื้นที่อื่น เช่น เมืองเกาสงชลา ที่ต้องเผชิญกับปัญหาโครงสร้างพื้นฐานและภัยธรรมชาติที่กระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว (ศราวาสดี นวกัณห์วรกุล และ ดวงเงิน ชื้อภักดี, 2564)

ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำเสนอโมเดลกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาสที่มีอยู่โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของเชียงใหม่ ซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่เข้มแข็งของพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาเส้นทางให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมมากขึ้น สอดคล้องกับ ศราวาสดี นวกัณห์วรกุล และ ดวงเงิน ชื้อภักดี (2564) ที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีคุณภาพและหลากหลายเหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่น

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) เป็นการใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอก กลยุทธ์ที่เสนอคือการพัฒนาจากภาครัฐบาลในการสนับสนุนการพำนักระยะยาว เช่น ปรับปรุงเงื่อนไขวีซ่า และการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิถีปกติถัดไป (Next



Normal) โดยให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และความยืดหยุ่นในการเดินทาง ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) มุ่งเน้นการใช้โอกาสในการแก้ไขจุดอ่อนของระบบการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งในเขตเมืองและนอกเมืองให้ครอบคลุมเส้นทางท่องเที่ยว และการปรับปรุงระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้ทันสมัยผ่านช่องทางแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อตอบสนองกลุ่ม Digital Nomads และผู้พำนักระยะยาวที่ต้องการข้อมูลที่เข้าถึงง่ายและทันเหตุการณ์

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นกลยุทธ์ในการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีปกติถัดไป (Next Normal) ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ เช่น การลดการเดินทางแบบกลุ่มใหญ่ การเน้นพื้นที่เปิดโล่ง รวมถึงการจัดการปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 อย่างเร่งด่วน ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติ

มีความสอดคล้องกับ ศราวุธดี นวกัณห์วรกุล และ ดวงเงิน ชื่อภักดี (2564) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อยาง พบว่ามีแนวโน้มความสอดคล้องในเชิงแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ โดยเฉพาะกลยุทธ์เชิงรุกและกลยุทธ์เชิงแก้ไขที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้หลากหลายและตอบโจทย์เฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตามกลยุทธ์เชิงรับของทั้งสองพื้นที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากบริบทของภัยคุกคามในแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน เช่น จังหวัดสงขลามีปัญหาภัยธรรมชาติและ ความไม่สงบ ขณะที่จังหวัดเชียงใหม่เผชิญปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 และนโยบายภาครัฐยังไม่ชัดเจน

5.2 จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการสังเคราะห์กลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix Analysis ทำให้สามารถจัดกลุ่มกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) กลยุทธ์หลักที่ได้จากการวิจัย ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว ซึ่งกลุ่มเป้าหมายนี้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตท้องถิ่นมากกว่าการบริโภคประสบการณ์แบบเร่งรีบในระยะสั้น 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพำนักระยะยาว



ระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการอยู่อาศัย เช่น ความปลอดภัย ระบบสาธารณสุข การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่า และการสนับสนุนให้เกิดชุมชนต่างชาติที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทาง 3) กลยุทธ์การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่งของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล และระบบคมนาคมให้มีความสะดวก ปลอดภัย และเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตอบสนองพฤติกรรมของกลุ่ม Digital Nomads ที่พึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก รวมถึงความต้องการเดินทางภายในเมืองและนอกเมือง และ 4) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่ ที่คำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความคาดหวังของชาวต่างชาติในยุคหลังโควิด-19 โดยเน้นความยืดหยุ่น ปลอดภัย ยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่สังเคราะห์ได้สอดคล้องกับ พรทิพย์ รุ่งเรือง และ ชวลีย์ ณ ถลาง (2564) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาเชิงผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกโดยอิงจากลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ทั้งในด้านกิจกรรมกลุ่มเป้าหมาย และบริบทของยุคโควิด-19 สะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบกลยุทธ์ในแต่ละพื้นที่ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของบริบทเฉพาะถิ่น (Place-based Strategy) ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะเมืองหลักที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ตอบสนองความครอบคลุมในหลากหลายมิติ นอกจากนี้ยังพบว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาวจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่ไม่เพียงแต่ต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นเมืองที่น่าอยู่ และมีชีวิตร่วมกันได้อย่างแท้จริง

6. องค์ความรู้จากการวิจัย

จากกลยุทธ์ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปแนวทางในการวางกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวตามวิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่ได้ดังภาพที่ 1

จากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าประเด็นหลักที่ควรให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Tourism Image) ซึ่งเป็น



เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือ 1) จากประสบการณ์ท่องเที่ยวโดยตรง และจากการแนะนำบอกต่อของเพื่อน คนรู้จัก ครอบครัว 2) จากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้ผลิตข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อต่างๆ นำไปเผยแพร่ทาง นิตยสาร ป้ายโฆษณา โบรชัวร์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น และในการนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องนำเสนอภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ และภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกหรือทัศนคติที่นำจดจำ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการเห็น ได้ยิน ได้สัมผัสจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง 2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้หรือทัศนคติ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวได้ประเมินหลังจากการท่องเที่ยว หรือได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดทัศนคติต่อสถานที่นั้นๆ

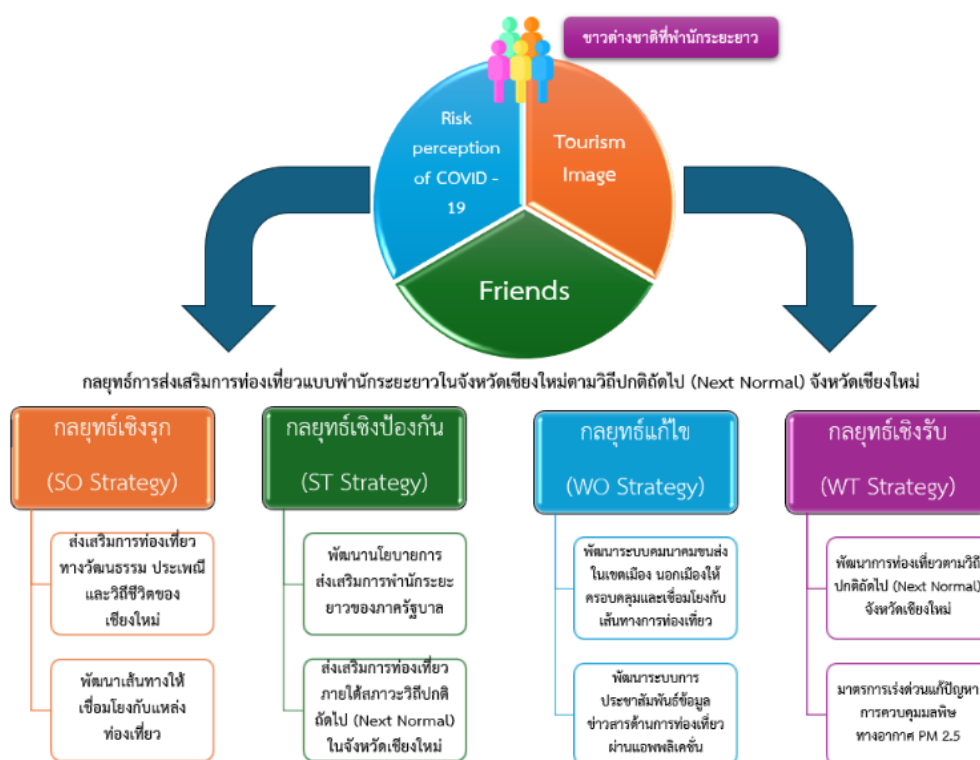
ด้านการคล้อยตามกลุ่มเพื่อน (Friends) เป็นพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มบุคคลอื่น โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน คนรู้จัก หรือครอบครัว ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลที่สำคัญในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่ ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการกระตุ้นปฏิกิริยาให้เกิดการกระทำในการคล้อยตาม หรือการเลียนแบบ ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระตุ้นทำให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

การรับรู้ความเสี่ยงของโควิด-19 (Risk Perception of COVID-19) เป็นพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 จากการติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง และมีการปฏิบัติตนจากการป้องกันการได้รับเชื้อจากการออกไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่อเดินทางออกไปข้างนอก พกเจลแอลกอฮอล์/สเปรย์แอลกอฮอล์ทุกครั้งเมื่อเดินทางออกไปข้างนอก เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยทั้ง 3 ด้านจึงมีอิทธิพลต่อการสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อนำปัจจัยดังกล่าวรวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมาวิเคราะห์นำมาซึ่งโมเดลกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ได้แสดงถึง กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ SO1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของเชียงใหม่ และกลยุทธ์ SO2 พัฒนาเส้นทางให้เชื่อมโยงกับ



แหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ ST1 พัฒนานโยบายการส่งเสริมการพำนักระยะยาวของภาครัฐบาล และกลยุทธ์ ST2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะวิกฤติถัดไป (Next Normal) ในจังหวัดเชียงใหม่ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ WO1 พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งในเขตเมือง นอกเมืองให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยว และกลยุทธ์ WO2 พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบ Next Normal ผ่านแอปพลิเคชัน กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ WT1 พัฒนาการท่องเที่ยววิถีปกติถัดไป (Next Normal) จังหวัดเชียงใหม่ และกลยุทธ์ WT2 มาตรการเร่งด่วนแก้ปัญหาการควบคุมมลพิษทางอากาศ PM 2.5



ภาพที่ 1. โมเดลกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาว



7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

7.1.1 หน่วยงานภาครัฐควรวางแผนนโยบายในการส่งเสริมการพำนักระยะยาวของจังหวัดเชียงใหม่ให้มีความชัดเจน และกำหนดแผนพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มชาวต่างชาติกลุ่มสูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการรองรับกิจกรรมเชิงสุขภาพ กิจกรรมเชิงกีฬาและนันทนาการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

7.1.2 หน่วยงานภาครัฐควรเร่งปฏิบัติงานหรือวางแผนในการแก้ไขปัญหาสถานะฝุ่น PM 2.5 ที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นซึ่งอยู่ในระดับที่เกินเกณฑ์มาตรฐานทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ในทุกปี

7.1.3 หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดกลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่เชิงกลยุทธ์ระยะสั้น และกลยุทธ์ระยะยาวให้มีความเหมาะสม รวมไปถึงพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดพำนักระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

7.2 ข้อเสนอแนะในระดับปฏิบัติการ

7.2.1 ผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างการรับรู้กิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยมุ่งเน้นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน ชุมชนธรรมชาติ กิจกรรมเชิงสุขภาพ ความงามและสปา กิจกรรมนันทนาการและกีฬา และปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงวัย

7.2.2 ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการ โดยให้ความสำคัญกับความเป็นอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม และประเพณี ในการพัฒนารูปแบบของสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ความงาม และสปา เป็นต้น

7.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในเรื่องของความต้องการที่พักแบบพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงกับความต้องการ



เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2564). สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงการระบาดของโควิด-19 และ
แนวทางฟื้นฟูอุตสาหกรรม. สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/>
- กรวรรณ สังขกร. (2559). แผนแม่บทพัฒนาธุรกิจ Long Stay ปี 2560-2564 ของกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 1 (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัด
แม่ฮ่องสอน. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/amicsangkakorn/long-stay-25602564-1>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตร
มาส1-2/2565. สืบค้นจาก
https://www.mots.go.th/images/v2022_16757556359274Lij4Liy4Lii4LiH4Liy4LiZ4Lig4Liy4Lin4Liw4LmA4Lio4Lij4Lip4LiQ4LiB4LiO4LiI4LiB4Liy4Lij4LiX4Lml4Lit4LiH4LmA4LiX4Li14Lml4Lii4LinIOC4m+C4teC4l+C4teC5iCAzlOC4ieC4muC4seC4muC4l+C4teC5iCAyLT1NjUucGRm.pdf
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562, 20 กันยายน). กลุ่มจังหวัดเหนือบน 1 จัด Northern Long Stay Fair
2019 กระตุ้นท่องเที่ยวปี'63. *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก
<https://www.prachachat.net/breaking-news/news-373589>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565, 4 กุมภาพันธ์). Test & Go 1 กุมภาพันธ์ เดิมพัน "เปิดประเทศ" ครั้งใหม่.
ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-855543>
- พรทิพย์ รุ่งเรือง, และ ขวลิษฐ์ ณ ถลาง. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จังหวัด
นครนายก. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 24(1), 101-115.
- ศรวัสนี นวกัณห์วรกุล, และ ดวงเงิน ชื้อกักดี. (2564). แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อยาง. *วารสารรากบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(1), 80-98.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). ผลกระทบจากโควิด-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย.
สืบค้นจาก https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/infomotion/2023/20230428005427_65820.pdf



สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว. (2552). มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว. สืบค้น
จาก https://www.dot.go.th/storage/06_01_2019/OGcnqXls1lAtil0F0lccYaU2Gl15RDtYAVo71JqM.pdf
Lanna health hub. (ม.ป.ป.). เชียงใหม่เมืองแห่งการพำนักระยะยาว. สืบค้นจาก
<https://lannahealthhub.org/knowledge/เชียงใหม่-เมืองแห่งการพ/>