

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว และเป็นที่ยึดเหนี่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศ และทำให้เกิดธุรกิจที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยวคือ ธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก การเดินทาง การนำเที่ยว การขนส่ง ธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ฯลฯ จึงอาจสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้และทำให้เกิดอาชีพ ทำให้ประชาชนมีงานทำ ส่งผลให้เกิดผลในทิศทางที่ดีต่อเศรษฐกิจและ สังคม (อรุณี ลอมเศรษฐี, 2552:1) ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีสัดส่วนถึงร้อยละ 6 ของรายได้ประชาชาติ (ปีณา เกตุเรืองโรจน์, 2553: ออนไลน์)

ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศ ศูนย์กลางงานหัตถศิลป์ และเป็นเมืองแห่งการสร้างสรรค์ เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และน่าลงทุน อีกทั้งเป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ เป็นเมืองท่องเที่ยวติดอันดับโลก มากมายด้วยสถานที่ท่องเที่ยว ความเป็นท้องถิ่นควบคู่ไปกับความเจริญ ท่ามกลางสภาพอากาศหนาวเย็นและภูมิศาสตร์ที่สวยงาม แวดล้อมด้วยภูเขาสูงและคanyonน่าเที่ยว ทั้งยังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางประเพณีและวัฒนธรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน (Travel MThai, 2555: ออนไลน์) จังหวัดเชียงใหม่เคยได้รับรางวัลเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของโลกเป็นอันดับ 2 จากนิตยสาร Travel & Leisure นิตยสารด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 2010 และเมื่อปี 2011 เชียงใหม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นให้เป็น 1 ใน 10 ของเมืองน่าเที่ยวจากวารสารท่องเที่ยว Lonely Planet นอกจากนี้ ยังติด 1 ใน 3 อันดับของแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มวัยเกษียณมีความต้องการเดินทางเข้ามาพักมากที่สุด ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากเว็บไซต์ International Living.com และที่สำคัญในปี 2013 สามารถคว้ารางวัลยอดเยี่ยม แหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยมจังหวัดด้านวัฒนธรรม (City News Chiang Mai, 2013: online) เชียงใหม่ยังได้รับการโหวตให้เป็น เมืองสวรรค์ของนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็ค โดยเชียงใหม่ถูกจัดอันดับให้เป็นที่ 3 จาก 124 ประเทศทั่วโลก โดยมีเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อวันที่ 17.66 เหรียญสหรัฐ (Thai PBS, 2014: online) ทำให้ปีๆหนึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก จากการเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ

ทั้งสิ้น 1,848,946 คน สำหรับในปี พ.ศ. 2555 เพิ่มสูงขึ้น เป็น 2,192,322 คน คิดเป็น 18.57% ทำให้มี รายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 12% คิดเป็น 2,237 ล้านบาท (ปี พ.ศ. 2554 มีรายได้ 19,096 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2555 มีรายได้ 21,333 ล้านบาท) นักท่องเที่ยวมีรายจ่ายต่อคนเท่ากับ 3,239 บาท ข้อมูลรายจ่ายของชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวใช้จ่ายเป็นค่าอาหารประมาณ 30% จากค่าใช้จ่าย ทั้งหมด นอกเหนือจากค่าที่พัก, ค่าเดินทาง, ค่าของที่ระลึกและค่าอื่นๆ (สำนักงานการท่องเที่ยว และ กีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2556: เพิ่มข้อมูล)

ในปัจจุบันพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารริมทาง หาบเร่แผงลอยมีช่องทาง และโอกาสในการเติบโตที่สามารถเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ ประเทศ (จิตภักดิ์ รัตน์นิธิพงศ์, 2554: 1) จากการรายงานข่าวในช่วงแรกประเด็นกับคุณ ภาพิต อภิญาวาท ที่ได้รายงานถึงการจัดอันดับจากเว็บไซต์ Virtual Tourist ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้เผยว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 1.2 ล้านคนโหวตให้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอาหารริมทางดีที่สุดในโลกคือ อร่อย สะอาด หากินได้ง่าย และได้ระบุบริเวณชอยรามบุรีซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงกับถนนข้าวสารว่ามีอาหารให้เลือกหลากหลาย และอร่อย (ไทยทีวีสีช่อง3, 2555. ระบบออนไลน์.) เราจะเห็นว่าพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจกับอาหารริมทางมากขึ้น ประกอบกับอาหารไทยมีราคาไม่แพง ผู้ขายอหฺยาศัยดี มีจำนวนร้านค้าเยอะ ที่สำคัญอาหารยังแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมาท่องเที่ยวแล้วต้องลิ้มลอง (เดลินิวส์, 2555: ออนไลน์) ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีขนาดเมืองใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ มีร้านอาหารริมทางให้เห็นอยู่โดยทั่วไป โดยเฉพาะบริเวณรอบคูเมืองเชียงใหม่ที่มีร้านอาหารริมทางให้เห็นอยู่มากมาย ร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน หรือตลาดสดซึ่งมีการจัดจำหน่ายทั้งอาหารคาว อาหารหวาน ผลไม้ และน้ำดื่ม กิจกรรมการกินเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชาวบ้าน และเป็นจุดสนใจในการลิ้มรสอาหารที่แปลกไปจากสิ่งที่คุ้นเคยในภูมิลำเนา จากการสำรวจร้านอาหารริมทางย่านตลาดประตูเชียงใหม่ได้พบกับคุณผาเจ้าของร้านน้ำปั่นหน้าตลาดประตูเชียงใหม่ ซึ่งร้านของเธอได้ถูกแนะนำใน CNN Travel ที่ยกย่องให้ น้ำปั่นของคุณผา เป็นน้ำปั่นที่สุดแสนอร่อย จนต้องเรียกว่าเป็น “killer smoothie” (Jodi Ettenberg, 2011:online)จากการสัมภาษณ์คุณผาทำให้ทราบว่าเธอขายน้ำปั่นที่นี้มานานกว่า 6ปี โดยลูกค้าของเธอมีทั้งลูกค้าคนไทยและชาวต่างชาติ เธอขายน้ำปั่นราคาแก้วละ 20 บาท เมื่อได้สอบถามถึงเรื่องรายได้ เธอได้ให้คำตอบว่า รายได้ของเธอเป็นเงินจำนวนหนึ่งที่มากพอ ที่ช่วยส่งเสียลูกๆของเธอจนเรียนจบ ป.โท นอกจากนี้เธอยังบอกอีกด้วยว่าในช่วงปีที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน เธอมีความภูมิใจที่ลูกค้าของเธอชื่นชอบใน

รสชาติของน้ำปั่นที่เธอทำ (จิรวรรณ ชัยทอง, 2557:สัมภาษณ์.) และจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่พักอยู่เกสเฮาส์ในถนนพระปกเกล้าขณะกำลังซื้อน้ำมะพร้าวเป็นลูกที่ตลาดประตูเชียงใหม่ ทำให้ทราบว่าที่ชอบมารับประทานอาหารริมทาง(Street Food) เพราะราคาถูก สามารถเดินเลือกอาหารที่มีรสชาติไม่เผ็ด และใกล้ที่พักสะดวกสบาย (นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส, 2557.สัมภาษณ์.)

จากสถานการณ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ร้านอาหารริมทางเป็นรูปแบบธุรกิจที่น่าสนใจและมีศักยภาพ ซึ่งธุรกิจนี้มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (อาร์วายทีไนน์, 2555:ออนไลน์) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผลงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารริมทาง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีพฤติกรรมเลือกบริโภคอาหารแผลงลอยริมทางต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผลงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคอาหารแผลงลอยริมทางในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3.2 เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการ นักลงทุน หรือผู้ที่สนใจเข้าสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องอาหารแผลงลอยริมทาง และเพื่อการวางแผนพัฒนา ปรับปรุงร้านค้าให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ทำให้ตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างถูกต้อง

1.4 นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ไม่ใช่คนไทย สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารได้ และบริโภคอาหารริมทางในพื้นที่ บริเวณโดยรอบคูเมืองเชียงใหม่ ซึ่งหมายถึงบริเวณตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดสมเพชรและ ตลาดประตูช้างเผือก

อาหารริมทาง หมายถึง อาหาร หรือเครื่องดื่ม ที่ถูกจัดเตรียม ปิ้งในสถานที่สาธารณะทั้งที่อยู่ใต้หลังคา หรือกลางแจ้ง ในบริเวณถนน ทางเท้า เช่น รถเข็น หาบ คาน แผงลอย หรือเพิงที่มีกำแพงทั้งสามด้านแบบไม่ถาวรเป็นสถานที่ในการจัดจำหน่าย

พฤติกรรมการเลือกบริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆที่เกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละบุคคล รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการเลือกบริโภค ที่สื่อสารออกมาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าใดๆโดยการเลือกสรรอาหาร สถานที่เลือกซื้ออาหาร เหตุผลการซื้อง่าย โอกาสในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ประเภทอาหาร และสื่อที่ทำให้รู้จักแหล่งที่เลือกซื้อ เพื่อสนองความพึงพอใจ และความต้องการของตนเอง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved