

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นเส้นทางลัดประการหนึ่งไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าสู่ประเทศ โดยจะเห็นได้จากการที่รัฐบาล และหน่วยงานของกลุ่มประเทศในแถบทวีปเอเชีย ทั้งจีน ไทย เวียดนาม ลาว ฯลฯ ต่างพากันจัดตั้งองค์การด้านการท่องเที่ยว (Tourism Organization) ขึ้น เพื่อหวังที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงาน สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ ก่อเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกระจายการพัฒนา และความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข โภชนาการ สาธารณสุข ด้านการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอื่นๆ

ทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจ และภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในประเทศ อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรม การขนส่ง การผลิตสินค้าหัตถกรรม และของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น

ประเทศไทย ก็เป็นประเทศหนึ่งที่อาศัยการท่องเที่ยวมาใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยว จัดว่าเป็นแหล่งทำรายได้หลักที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศ ในหนังสือแนะนำเมืองไทยเรื่อง "Culture Shock! Thailand & How to Survive It" ของ Robert and Nanthapa Cooper (1990: Preface) ได้เขียนเรื่องราวน่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทยไว้ว่า "การมาเที่ยวเมืองไทยนั้นได้อะไรมากกว่าที่คิด ไม่ใช่เพียงแต่คนไทยเท่านั้นที่น่าอัศจรรย์ ลองถามผู้คนที่เคยมาเที่ยวเมืองไทย คุณจะพบว่าประเทศมหัศจรรย์แห่งนี้เป็นทั้งเมืองที่สวยงาม และอัปลักษณ์ เป็นทั้งเมืองที่สงบ ในขณะที่เดียวกันก็ดูวุ่นวาย บางแห่งดูเงียบสงบ บางแห่งก็เสียงดังอึกทึก ชาวของบางอย่างถูกมาก แต่บางอย่างก็แพงจนไม่กล้าซื้อ ที่สำคัญคือ คุณจะได้พบทั้งเรื่องราวที่ความสนุก และน่าตื่นเต้น แต่ก็อาจจะพบกับเรื่องเศร้าในบางอย่าง"

หากพิจารณารายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ 2540 - 2544 ดังในตารางที่ 1.2 จะเห็นได้ว่า ในแต่ละปีการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถทำรายได้ดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก

ตาราง 1.1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2539 - 2544

หน่วย: คน

ปี พ.ศ.	ชาย	อัตราเพิ่ม (%)	หญิง	อัตราเพิ่ม (%)	จำนวนนักท่องเที่ยว	อัตราเพิ่ม (%)
2539	4,453,892		2,738,253		7,192,145	
2540	4,481,672	+0.62	2,739,673	0.05	7,221,345	+0.41
2541	4,749,236	+5.97	3,015,694	10.07	7,764,930	+7.53
2542	5,172,371	+8.91	3,407,961	13.01	8,580,332	+10.5
2543	5,685,836	+9.93	3,822,787	12.17	9,508,623	+10.82
2544	6,021,601	+5.91	4,040,349	5.69	10,061,950	+5.82

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: ออนไลน์)

ตาราง 1.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2540 – 2544

หน่วย: ล้านบาท

ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยน บาท / 1 ดอลลาร์สหรัฐ	รวม (ล้านบาท)	อัตราเพิ่ม (%)
2540	31.32	220,754.50	
2541	40.81	242,177.28	+9.70
2542	37.79	253,018.29	+4.48
2543	40.11	285,272.19	+12.75
2544	44.43	299,047.05	+4.83

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: ออนไลน์)

ตาราง 1.3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยแบ่งตามจุดหมายในการมาเยือน

พ.ศ. 2540 – 2545

หน่วย: คน

รายการ	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ท่องเที่ยว	6,251,250	6,268,019	6,832,801	7,560,588	8,368,635	8,876,479	9,638,984
ธุรกิจ	696,531	721,656	706,163	743,003	860,786	878,571	824,979
ประชุม	64,790	61,846	65,760	75,344	83,513	89,677	106,853
อื่นๆ	179,619	169,824	160,206	201,397	195,689	217,223	187,768

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: ออนไลน์)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ทำการเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ผลข้อมูล พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีนั้น สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้มากกว่ารายได้จากการส่งสินค้าส่งออกอันดับ 1 คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ มาตั้งแต่ปี 2525 และยังคงเป็นแหล่งรายได้อันดับต้นๆในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ไทยมากที่สุดเสมอมา โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2545 การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ คิดเป็นมูลค่า 173,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 จากปี 2544 ในขณะที่สินค้าส่งออกอันดับ 1 ของไทย ทำรายได้เข้าประเทศลดลงถึงร้อยละ 9.3 (ผู้จัดการรายวัน, 2545; ไทยรัฐ, 2546) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่นำเอาศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มาปรับใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีชีวิตทางเศรษฐกิจ (Economic Life) ยาวกว่าสินค้าทั่วไป มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ก็เนื่องด้วยเหตุที่ว่าศิลปะ และวัฒนธรรมนั้น ล้วนแต่มีประวัติศาสตร์ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น และมีมูลค่าที่ไม่ใช่ตัวเงินแฝงอยู่ (พิสิฐุ เจริญวงศ์, 2543 : ออนไลน์)

ความจำเป็นที่ต้องเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้ สาเหตุส่วนหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ตกต่ำ และซบเซามาตั้งแต่ปี 2540 ทำให้รัฐบาลต้องประกาศลดค่าเงินบาทเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนมาเป็นแบบลอยตัว ธุรกิจ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างเด่นชัดในการกอบกู้

วิกฤตเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นการทำให้เกิดการไหลเข้าของเงินจากต่างประเทศ และการสกัดการไหลออกของเงินภายในประเทศ โดยการปลูกจิตสำนึกให้คนไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเอง การรณรงค์โดยใช้คำขวัญ "กินของไทย ใช้ของไทย ร่วมใจประหยัด" หรือ "ทุกบาทมีผล ทุกคนมีส่วน รักชาติเชิญชวน ใช้สินค้าไทย ปีแห่งการรณรงค์ใช้สินค้าและบริการไทย" เป็นต้น

นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เป็นการแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลดีให้แก่ประเทศทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งจะเห็นได้จากผลงานที่ผ่านมา ประเทศไทยมีการจัดโครงการรณรงค์ต่างๆ ออกมา เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้รู้จัก สนใจ และเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังเช่น โครงการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับหน่วยงานเอกชน ไม่ว่าจะเป็นโครงการปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999) ซึ่งก็ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวไทยปี 2541 ประมาณ 7.765 ล้านคน มากกว่าเป้าที่ตั้งไว้ ณ ระดับ 7.72 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 จากปี 2540 ก่อนการจัดโครงการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2542: ออนไลน์) และในปี 2542 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว 8.65 ล้านคน ซึ่งสูงกว่าเป้าที่วางไว้ถึง 370,000 คน ทั้งนี้เป็นผลมาจากการทุ่มงบประมาณ และสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างประเทศ เช่น สำนักข่าวCNN ซึ่งส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นกว่า 10% (Philip Kotler and Michael Alan Hamlin, 2002: 2) โครงการเจาะตลาดกลุ่มวัยทองจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐ และประเทศแถบยุโรป โดยจะเห็นได้ว่าในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2542 มีนักท่องเที่ยววัยทองเดินทางมาเที่ยวไทยรวมทั้งสิ้น 713,856 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 ของปี 2541 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2542: ออนไลน์)

นอกจากนี้ยังมีโครงการต่างๆ อีกมากมายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เช่น โครงการช้อปปีงสตรีท (2542) โครงการปิดถนนเพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยว (2544) โครงการเที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน (2544 - 2545) โครงการถนนแห่งความหรูหรา (Romantic Street, 2545) จนถึงโครงการปัจจุบันคือ โครงการมุมมองใหม่ เมืองไทย (Unseen in Thailand, 2546) ซึ่งเป็นกลยุทธ์เร่งด่วนที่กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ร่วมมือกับภาคเอกชนหลายฝ่ายจัดขึ้นเพื่อหวังสร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงภาวะสงคราม และโรคไข้หวัดมรณะกำลังระบาด (เพ็ญรุ่งโรจน์, 2546: 27)

หากพิจารณาในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวปี 2545-2547 พบว่าได้มีการกำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวในแต่ละปีดังนี้ คือ ปี 2545 ตั้งเป้าหมายรายได้ไว้ 323,000 ล้านบาท คิดเป็น 6.03 % ของ GDP จากจำนวนนักท่องเที่ยว 10.5 ล้านคน ปี 2546 รายได้ 360,000 ล้านบาท เทียบกับ GDP คิดเป็น 6.2 % มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 11.13 ล้านคน และในปี 2547 ที่ตั้งเป้าหมายไว้คือ มีรายได้ประมาณ 4 แสนล้านบาท คิดเป็น 7.3 % ของ GDP จากจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 11.8 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545: ออนไลน์)

“นพบุรีศรีนครพิงค์ หรือเชียงใหม่” เป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร และมีความสำคัญอย่างมากในภูมิภาค เป็นเมืองที่รวมศิลปกรรม โบราณวัตถุ และโบราณสถาน ตลอดจนวัฒนธรรมดั้งเดิมของล้านนาไว้ได้อย่างกลมกลืน (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1, 2545: 1) ในขณะเดียวกันก็เป็นศูนย์กลางของจังหวัดทางภาคเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดข้างเคียงมากมาย เป็นเมืองตากอากาศ และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไม่เพียงแต่เฉพาะในประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นที่ยุ้จักกันดีทั่วโลก เนื่องจากเที่ยวพร้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงธรรมชาติอันงดงาม ทำให้มีผู้มาเที่ยวเป็นจำนวนหลายล้านคนในแต่ละปี (เที่ยวทั่วไทยไปกับ“นายรอบรู้”, 2542: 17)

หนังสือแนะนำเที่ยว ซึ่งเขียนโดย นาย Joe Cummings ในปี 2003 ชื่อ “Lonely Planet” ได้กล่าวถึงจังหวัดเชียงใหม่เอาไว้ว่า “จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโบราณสถานที่มีเสน่ห์ และเป็นเอกลักษณ์ เช่น วัด และโบสถ์ต่างๆมากกว่า 300 แห่ง สินค้าต่างๆ มีคุณภาพดี และราคาย่อมเยา นอกจากนี้ชาวเชียงใหม่ยังมีอัธยาศัยดี และมีความเป็นมิตร”

ซึ่งหากพิจารณา สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวน 3.46 ล้านคน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.85 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1.60 ล้านคน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 0.23 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถึงร้อยละ 4.1 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมีจำนวนลดลง ร้อยละ 2.9

ตาราง 1.4 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2545

รายการข้อมูล	2545	2544	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน)	3,460,886	3,452,878	+0.23
นักท่องเที่ยว (คน)	3,197,790	3,175,861	+0.69
นักท่องเที่ยว (คน)	263,096	277,017	-5.03

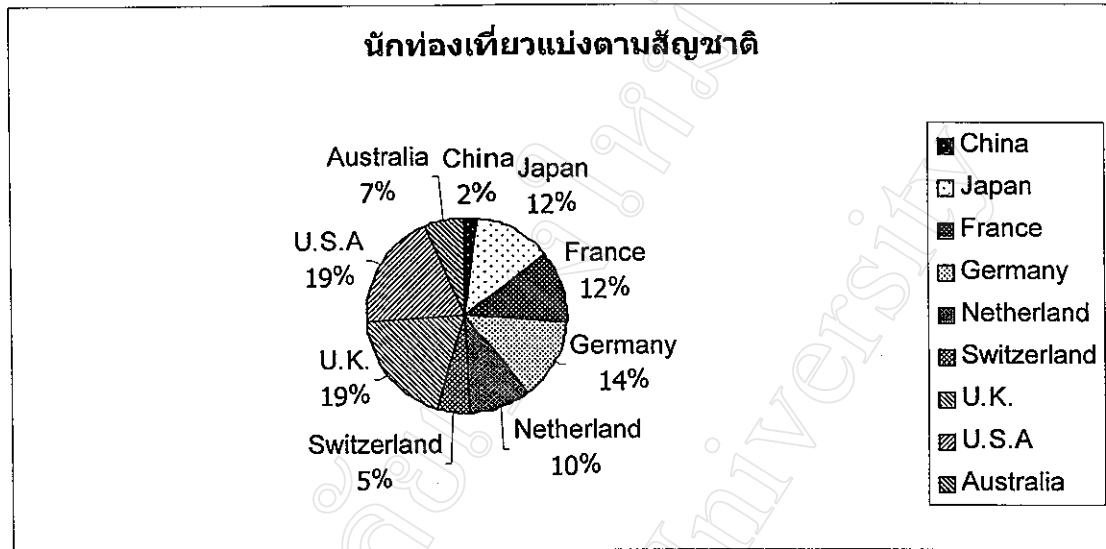
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต1 (2545: 1)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังคงนิยมเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น เหตุการณ์ตึกเวิลด์เทรดถล่ม 11 กันยายน การก่อการร้ายที่บาห์ลี ฯลฯ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็ยังคงเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมีจำนวนลดลงทุกปี โดยปี 2544 ลดลงจากปี 2543 ร้อยละ 4.7 และปี 2545 ลดลงจากปี 2544 ร้อยละ 2.9

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากประเทศในแถบทวีปยุโรป โดยในปี 2545 พบว่ามีนักท่องเที่ยวจากยุโรปเดินทางมาเชียงใหม่ จำนวน 662,850 คน มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 28.53 โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ จากทวีป ยุโรปดังนี้คือ นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรมีจำนวน 176,036 คน เยอรมันนี 123,641 คน ฝรั่งเศส 107,564 คน เนเธอร์แลนด์ 85,696 คน เบลเยียม 31,808 คน ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาก็ยังคงนิยมเดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2545 พบว่าเดินทางมาถึง 173,674 คน ชาวแคนาดา 39,000 คน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียเอง ก็เป็นตลาดที่สำคัญสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน ซึ่งในปี 2545 นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาเยือนเชียงใหม่ 21,145 คน ชาวไต้หวัน 21,421 คน ชาวสิงคโปร์ 59,649 คน และชาวมาเลเซียมีถึง 26,249 คน

รูป 1.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ ปี 2545 แบ่งตามสัญชาติ



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต1

สำหรับด้านรายได้จากการท่องเที่ยวนั้น เศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่มีขนาดเท่ากับ 80,503 ล้านบาท หรือประมาณ 1 ใน 5 ของเศรษฐกิจภาคเหนือ ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจเชียงใหม่ ซึ่งสร้างผลผลิตรวม 46,719 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 58 ของเศรษฐกิจจังหวัด

ตาราง 1.5 รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2545

รายการข้อมูล	2545	2544	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
รายได้ (ล้านบาท)	37,514.12	37,729.44	-0.57
นักท่องเที่ยว (คน)	37,045.38	37,239.56	-0.52
นักทัศนาจร (คน)	468.74	489.88	-4.32

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต1 (2545: 1)

หมายเหตุ : 1. ผู้เยี่ยมเยือน หมายถึง นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร

2. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนที่ค้างคืน และนักทัศนาจร หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่ค้างคืน

จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2545 มากถึง 37,514 ล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาคการท่องเที่ยวยังคงเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด โดยพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยว ถึงแม้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 16,395 ล้านบาท จะลดลงจากปี 2544 คิดเป็นร้อยละ 3.80 แต่ในส่วนของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น สามารถทำรายได้ได้ถึง 21,118 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 2.09

ที่น่าสังเกตคือ อัตราการรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 ปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และในปี 2545 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.09 ในทางตรงกันข้าม รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ผันผวนในทิศทางที่ลดลงเรื่อยๆ โดยในปี 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ปี 2545 ลดลงร้อยละ 10 และปีล่าสุด 2545 พบว่าลดลงถึงร้อยละ 3.8

ตาราง 1.6 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2537 - 2545

จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่							รายได้จากการท่องเที่ยว	
ปี พ.ศ.	ชาวไทย (คน)	อัตราเพิ่ม (%)	ชาวต่างประเทศ (คน)	อัตราเพิ่ม (%)	รวม (คน)	อัตราเพิ่ม (%)	รายได้รวม (ล้านบาท)	อัตราเพิ่ม (%)
2537	1,321,164		865,144		2,186,308		16,400	
2538	1,545,138	16.95	891,209	3.01	2,436,347	11.44	16,040	-2.20
2539	1,813,284	17.35	944,726	6.00	2,758,010	13.20	21,006	31.00
2540	1,730,789	4.55	1,040,198	10.11	2,770,987	0.47	21,388	1.82
2541	1,807,477	4.43	1,092,614	5.04	2,900,091	4.66	23,140	12.68
2542	1,802,300	-0.29	1,263,800	15.67	3,066,100	5.72	34,045	47.13
2543	1,773,600	-1.59	1,311,900	3.81	3,085,500	0.63	37,386	9.81
2544	1,683,600	-5.07	1,492,261	13.75	3,175,861	2.93	37,729	0.92
2545	1,639,473	-2.62	1,558,317	4.43	3,197,790	0.69	37,514	-0.57

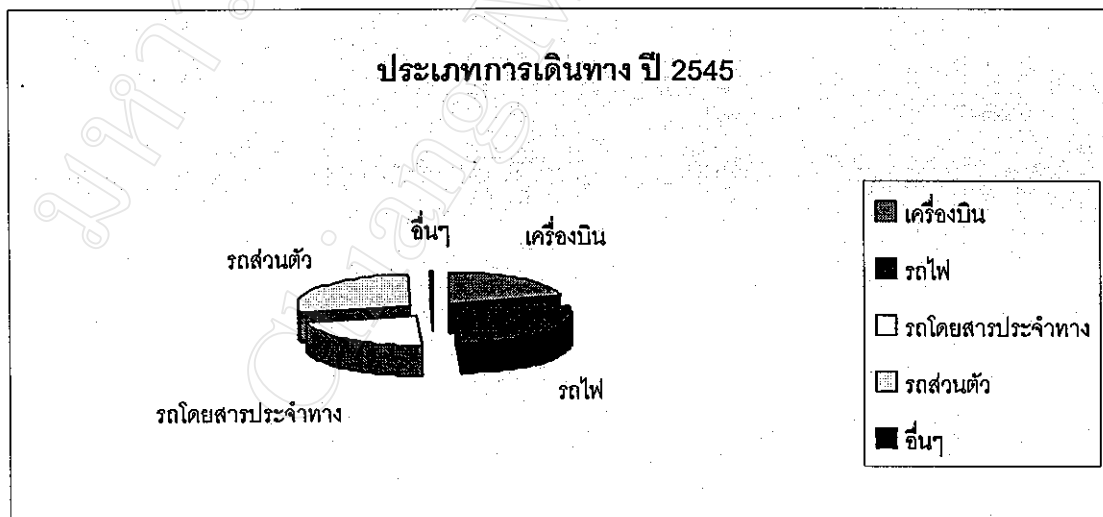
ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยว ภาคเหนือ เขต 1

ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงใหม่ ในปี 2545 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระยะเวลาในการพำนัก 4.21 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ระยะเวลาในการพำนัก 3.94 วัน ระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ลดลงทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ

ในปี 2545 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายโดยเฉลี่ยวันละ 3,171 บาท ลดลงจากปี 2544 ร้อยละ 0.27 ซึ่งค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีแนวโน้มลดลง ส่วนทางด้านนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ในปี 2545 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,390 บาท โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 0.71

ในรอบปี 2545 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเชียงใหม่ จำนวน 3,460,886 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2544 คิดเป็นร้อยละ 0.23 โดยจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 1,852,168 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 1,608,718 คน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเดินทางโดยใช้รถไฟมากที่สุดถึง 985,763 คน รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบิน ตามลำดับ

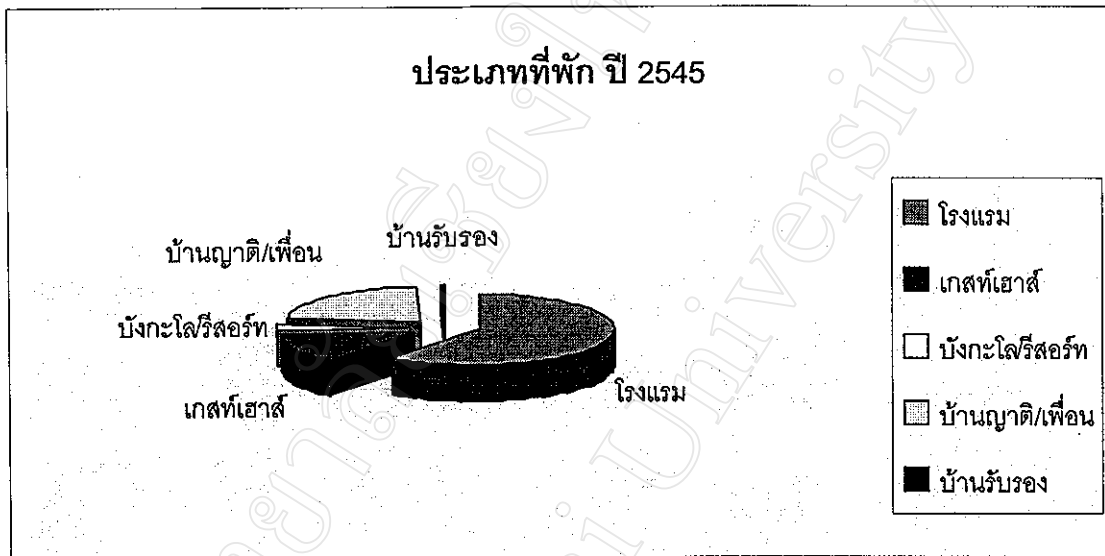
รูป 1.2 นักท่องเที่ยวจำแนกตาม พาหนะการเดินทาง ปี 2545



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 1

ส่วนในด้านที่พักอาศัย ในปี 2545 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ เข้าพักที่โรงแรมมากที่สุดคือ 1,909,245 คน รองลงมาคือ พักที่บ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน 717,793 คน และพักเกสต์เฮาส์ 413,651 คน ตามลำดับ

รูป 1.3 นักท่องเที่ยวจำแนกตาม ประเภทที่พัก ปี 2545



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต1

จังหวัดเชียงใหม่ ไม่เพียงแต่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีผู้เดินทางมาเที่ยวมากที่สุด เป็นอันดับ 4 ของประเทศ รองจาก กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ตเท่านั้น (ผู้จัดการ, 2546: ออนไลน์) แต่การสำรวจของศูนย์วิจัยกิจการไทยยังพบว่า จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็น 1 ใน 10 ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้นิยมเดินทางมาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ (Honey Moon) (ผู้จัดการท่องเที่ยว, 2546: ออนไลน์) และเป็นจังหวัดทางภาคเหนือที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ มีมากถึง 3.18 ล้านคน (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ, 2545: ออนไลน์)

นอกเหนือไปจากนั้น เชียงใหม่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบล้านนาที่เป็นเอกลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการบริการด้านท่องเที่ยวที่ดี ประกอบกับเป็นช่วงที่รัฐบาล ภายใต้การนำของ พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นรัฐบาลแรกที่ได้ประกาศให้มีการดำเนินการ "ถนนคนเดิน (Walking Street)" ที่มีแนวคิดการพัฒนาเมืองให้สอดคล้องกับวิถีชุมชน โดยเป็นหนึ่งในมาตรการเพื่อการประหยัดพลังงาน ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อเดือนกันยายน 2544 ซึ่งนาย พิทักษ์ อินทวิทย์นันท์ รองนายกรัฐมนตรี ได้นำ

มาตรการดังกล่าวมาจัดเป็นโครงการปิดถนนคนเดิน เพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายหลังจากที่ประสบความสำเร็จในการจัดกิจกรรมปิดถนนคนเดิน “7 มหัศจรรย์ที่สีลม” หรือ “7 Wonder @ Silom” ที่กรุงเทพฯ ในช่วงปี 2544 (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ, 2545: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ได้ถูกคัดเลือกให้เป็นจังหวัดนำร่องโครงการแรกของภาคเหนือ และได้เลือกถนนท่าแพ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นถนนสายเศรษฐกิจเส้นแรกของจังหวัด มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีชุมชนที่สามารถจะกระตุ้น และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ โดยระยะทางของถนนจะปิดตั้งแต่ สีแยกอุปกุดไปจนถึงประตูท่าแพ มีความยาวประมาณ 950 เมตร (10 มหัศจรรย์ล้านนาที่ท่าแพ, 2546: ออนไลน์; เทศบาลนครเชียงใหม่, 2545: 2)

การดำเนินการถนนคนเดินที่ท่าแพนั้น มีแนวความคิดหลักเพื่อเน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีอันงดงามแห่งล้านนา ภายใต้อโครงการปิดถนนเพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพช.) และจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมดำเนินการ และจัดกิจกรรมเฉพาะวันอาทิตย์ ซึ่งการที่รัฐบาลในยุคปัจจุบัน ได้หยิบนำเอาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาใช้เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเหตุนี้จังหวัดเชียงใหม่จึงน่าจะจัดให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวได้ (ถนนล้านนาท่าแพเมื่อการท่องเที่ยวผสมผสานศิลปะ, 2544 : ออนไลน์)

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ นั้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง โดยจะพิจารณาผลของการจัดดำเนินการ กิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ให้จังหวัดเชียงใหม่พร้อมที่จะเป็นแหล่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับนานาชาติได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาค้างนี้ เป็นการศึกษาค้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่ง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.4.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

1.4.2 เป็นแนวทางให้หน่วยงานของรัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถปรับตัวเพื่อที่จะรองรับ การพัฒนาเพื่อให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวที่สำคัญ ตลอดจนเป็นแนวทางในการ ดำเนินนโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ และ ระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 ผู้บริโภค (Consumer) คือ บุคคลใดๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to buy) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) และมีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

1.5.2 ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความสุขความสบายที่ได้รับจาก สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขความสบายที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้ได้เห็นในกิจกรรม นั้นๆ

1.5.3 ถนนคนเดิน (Walking Street) คือ การปิดถนนเพื่อใช้เป็นสถานที่ในการพบปะ ชุมชน เป็นแหล่งที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงออกทางด้านความคิด ศิลปะ ดนตรี กีฬา เพื่อ เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.5.4 ถนนท่าแพ (Tha-Phae Road) คือ ถนนท่าแพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดย เริ่มตั้งแต่ สี่แยกวัดอุปกุตุ จนกระทั่งถึง ประตูท่าแพ ระยะทาง 950 เมตร