

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การรวมกลุ่มความร่วมมือของภูมิภาคเอเชียที่สำคัญอันหนึ่งก็คือ อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations หรือ ASEAN) โดยมีวัตถุประสงค์การก่อตั้ง เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และการบริหาร ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศ อาเซียนให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจจริงร่วมกันอย่างต่อเนื่องหลังจากการดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟต้า (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ได้บรรลุเป้าหมาย ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 ได้เห็นชอบให้อาเซียนกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community: EEC)

อาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ภายในปี 2558(ค.ศ.2015) โดยการประกาศใช้กฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) คือการปรับองค์กรในการทำงานแบบ การรวมกำหนดกลไกระงับข้อพิพาท พร้อมกับสร้างอาเซียนให้มีสถานะเป็นนิติบุคคลมีการปรับให้เป็นองค์กรที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลางทำให้เกิดประสิทธิภาพของการรวมกลุ่มมากขึ้น ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ จากการประชุมระดับผู้นำ ซึ่งจะปรากฏเป็นคณะมนตรีหรือ(Councils) ของอาเซียนขึ้นทำหน้าที่เป็น 3 เสาหลัก ได้แก่ เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เสาหลักที่สำคัญทั้ง 3 เสา สรุปได้ดังนี้

ASEAN Security Community เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคงของภูมิภาคอาเซียนมีจุดมุ่งหมายให้ประเทศในภูมิภาคอยู่อย่างสันติสุขแก้ไขปัญหาภายในภูมิภาคโดยสันติวิธีและยึดมั่นในหลักความมั่นคงรอบด้านโดยใช้เอกสารทางการเมืองและกลไกของอาเซียนในการเพิ่มศักยภาพในการแก้ไขปัญหาข้อพิพาทภายในภูมิภาครวมทั้งการต่อต้านการก่อการร้ายการลักลอบค้ายาเสพติดการค้ามนุษย์อาชญากรรมข้ามชาติอื่นๆและการขจัดอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงรวมทั้งริเริ่ม

กลไกใหม่ๆ ในการเสริมสร้างความมั่นคงทั้งนี้ความร่วมมือต่างๆจะไม่กระทบต่อนโยบายต่างประเทศและความร่วมมือทางทหารของประเทศสมาชิกกับประเทศนอกภูมิภาค

ASEAN Socio-Cultural Community เสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อยู่ร่วมกันในสังคมที่เอื้ออาทรประชากรมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีได้รับการพัฒนาในทุกด้านและมีความมั่นคงทางสังคม โดยเน้นการส่งเสริมความร่วมมือในด้านต่างๆ

ASEAN Economic Community เสาหลักทางด้านเศรษฐกิจ มีจุดมุ่งหมายที่จะให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคงมั่งคั่งและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆได้ โดยมุ่งให้เกิดการไหลเวียนอย่างเสรีของสินค้าการบริการการลงทุนเงินทุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการลดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางสังคมภายในปี 2020 มุ่งที่จะจัดตั้งให้อาเซียนเป็นตลาดเดียวและเป็นฐานการผลิตโดยจะริเริ่มกลไกและมาตรการใหม่ๆในการปฏิบัติตามข้อริเริ่มทางเศรษฐกิจที่มีอยู่แล้วและให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียนคือกัมพูชาลาวพม่าและเวียดนามเพื่อลดช่องว่างของระดับการพัฒนาและช่วยให้ประเทศเหล่านี้เข้าร่วมในกระบวนการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียนรวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือในนโยบายด้านการเงินและเศรษฐกิจมหภาค ตลาดการเงินและตลาดเงินทุนการประกันภัยและภาษีอากรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมกรอบความร่วมมือด้านกฎหมายการพัฒนาความร่วมมือด้านการเกษตรพลังงานการท่องเที่ยวการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการยกระดับการศึกษาและการพัฒนาฝีมือแนวคิดที่อาเซียนจะกลายเป็นเขตการผลิตเดียว ตลาดเดียว(Single market and production base)อันหมายถึงจะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีสามารถดำเนินกระบวนการผลิตที่ไหนก็ได้โดยมีการใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานมาร่วมกันในการผลิต มีมาตรฐานสินค้าและกฎระเบียบเดียวกัน ซึ่งการรวมตัวดังกล่าวเชื่อว่าจะทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านการค้าการลงทุนในกลุ่มสมาชิกให้มีมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยมูลค่าการค้าระหว่างประเทศสมาชิกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแสดงได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของอาเซียน

		2541	2543	2546	2550	2551	2552
มูลค่าการค้ารวม	มูลค่า(ล้านดอลลาร์สหรัฐ.)	576,108	759,101	824,539	1,610,787	1,897,127	1,536,843
	อัตราการเจริญเติบโต(ร้อยละ)	-17.5	21.8	15.5	14.7	17.8	-19
การค้าระหว่างประเทศสมาชิก	มูลค่า(ล้านดอลลาร์สหรัฐ.)	120,918	166,846	206,732	401,920	470,112	376,207
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)	-19.4	25.8	29.3	13.9	17	-20
	สัดส่วนต่อมูลค่าการค้ารวม(ร้อยละ)	21.0	22.0	25.1	25	24.8	24.5
การค้านอกกลุ่มประเทศสมาชิก	มูลค่า(ล้านดอลลาร์สหรัฐ.)	455,190	592,255	617,807	1,208,867	1,427,015	1,160,636
	อัตราการเติบโต(%)	-17	20.7	11.5	14.9	18	-18.7
	สัดส่วนต่อมูลค่าการค้ารวม(%)	79.0	78.0	74.9	75.0	75.2	75.5
สัดส่วนต่อGDP	สัดส่วนมูลค่าการค้าต่อGDP(%)	119.3	126.5	114.2	123.5	125.4	102.7
	สัดส่วนการส่งออกต่อGDP(%)	65.6	68.3	62.7	65.9	64.6	54.2
	สัดส่วนการนำเข้าต่อGDP(%)	53.7	58.1	51.5	57.6	60.8	48.5
ดุลการค้า	มูลค่า(ล้านดอลลาร์สหรัฐ.)	57,194	61,180	80,575	108,820	57,946	84,135
	อัตราการเจริญเติบโต(%)	18.1	14.9	17.8	12.7	5.9	10.4

ที่มา : ASEAN Trade Statistics Database as of September 2010

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าก่อนช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปีพ.ศ.2552 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนได้เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดและมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ15 ต่อปี ซึ่งมูลค่าการค้าสูงสุดนั้นอยู่ที่ประมาณ 1.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งการค้านอกกลุ่มประเทศสมาชิกมีสัดส่วนของมูลค่าการค้ารวมสูงกว่าการค้าภายในกลุ่มประเทศโดยตลอดมา คิดเป็นสัดส่วนต่อมูลค่าการค้าทั้งหมดเฉลี่ยร้อยละ 76 นอกจากนี้การค้าระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศนอกกลุ่มสมาชิกมีการค้าที่เกินดุลมาโดยตลอด มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ10 ยกเว้นในช่วงของการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจช่วงปี 2552

ประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้มีการทำการค้ามาโดยตลอดกับประเทศกลุ่มอาเซียนเช่นกันดังแสดงผลการค้าของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียนได้ในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ผลการค้าของไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศระหว่างปี 2548-2552

		ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
เวียดนาม	มูลค่าการค้า(บาท)	1,457.56	2,188.59	2,876.89	3,569.22	3,293.04
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		50.15	31.45	24.07	-7.74
สิงคโปร์	มูลค่าการค้า(บาท)	2,051.96	2,668.11	3,412.29	2,931.36	1,850.21
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		30.03	27.89	-14.09	-36.88
กัมพูชา	มูลค่าการค้า(บาท)	878.01	1,212.63	1,396.78	1,950.54	1,502.88
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		38.11	15.19	39.65	-22.95
ฟิลิปปินส์	มูลค่าการค้า(บาท)	165.26	475.46	791.52	1,213.86	1,238.87
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		187.70	66.47	53.36	2.06
ลาว	มูลค่าการค้า(บาท)	540.26	522.38	894.51	1,155.61	1,179.92
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		-3.31	71.24	29.19	2.10
อินโดนีเซีย	มูลค่าการค้า(บาท)	826.61	-127.85	776.27	816.54	866.86
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		-115.47	707.17	5.19	6.16
บรูไน	มูลค่าการค้า(บาท)	-134.78	-46.19	-22.79	28.96	8.20
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		134.27	149.34	127.00	-71.69
มาเลเซีย	มูลค่าการค้า(บาท)	-2,414.26	-1,809.87	-988.94	75.04	-911.88
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		13.73	45.36	7.59	-1,315.19
พม่า	มูลค่าการค้า(บาท)	-1,087.33	-1,590.08	-1,446.92	-2,063.05	-1,236.88
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		46.24	-9.00	42.58	-40.05
รวม	มูลค่าการค้า(บาท)	2,283.29	3,493.18	7,689.61	9,678.08	7,791.22
	อัตราการเติบโต(ร้อยละ)		52.99	120.13	25.86	-19.50

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 1.2 แสดงให้เห็นถึงผลการค้าระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนชาติต่างๆ ซึ่งผลการค้าของไทยมีทั้งขาดดุลและเกินดุล แต่อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมผลการค้าระหว่างไทยกับกลุ่มอาเซียนมีมูลค่าเป็นบวกและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องมากกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ยกเว้นปี 2552 ที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลกอัตราการเติบโตเป็นลบ แต่การค้ายังคงเกินดุลประเทศที่มีการค้าเกินดุลมาโดยตลอดและสูงสุดสามอันดับได้แก่ เวียดนาม สิงคโปร์ และกัมพูชา ตามลำดับ และประเทศคู่ค้าที่ไทยมีการค้าขาดดุลมาโดยตลอดสามอันดับแรกได้แก่ พม่า มาเลเซีย และบรูไน

ตามลำดับ นอกจากนี้ประเทศคู่ค้าที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการค้ากับประเทศไทยสูงสุดสามอันดับแรกได้แก่ บรูไน ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ตามลำดับ

ภาคการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเฉลี่ยประมาณ 60 ล้านคนต่อปี ดังแสดงได้ในตารางที่ 1.3

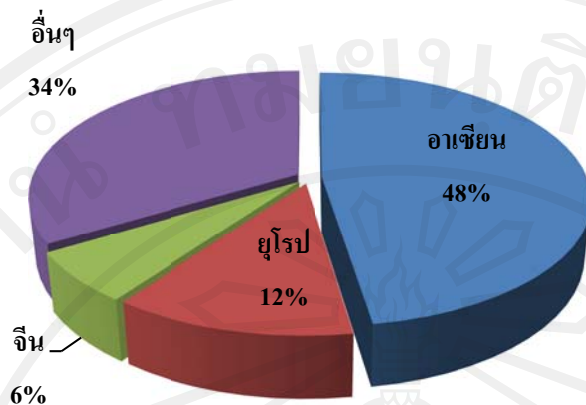
ตารางที่ 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศในกลุ่มอาเซียนจำแนกตามประเทศ

หน่วย: พันคน

ประเทศ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
มาเลเซีย	16,431	18,472	20,236	22,052	23,646
ไทย	11,517	13,822	14,464	14,597	14,150
สิงคโปร์	8,942	9,752	10,288	10,116	9,681
อินโดนีเซีย	5,002	4,871	5,506	6,429	6,452
เวียดนาม	3,468	3,583	4,150	4,254	3,772
ฟิลิปปินส์	2,623	2,688	3,092	3,139	3,017
กัมพูชา	1,422	1,700	2,015	2,125	2,162
บรูไน	127	158	179	226	157
ลาว	1,095	1,215	1,624	2,005	2,008
พม่า	660	653	732	661	763
รวม	51,288	56,914	62,285	65,605	65,809

ที่มา: The ASEAN Community in Figures (ACIF)

มาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนมากที่สุด คือกว่า 10 ล้านคนต่อปี รองลงมาได้แก่ไทยซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนกว่า 10 ล้านคนต่อปี และสิงคโปร์ และหากจำแนกตามภูมิภาคจะพบว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนด้วยกันมีสัดส่วนการมาท่องเที่ยวสูงที่สุด โดยในปี 2552 มีสัดส่วนร้อยละ 47.6 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากยุโรปร้อยละ 12.3 และนักท่องเที่ยวจากจีนร้อยละ 6.4 เป็นอันดับสาม



ที่มา: The ASEAN Community in Figures (ACIF)

รูปที่ 1.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย

ในส่วนของประเทศไทย ภาคการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการอันเป็นภาคที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยมีสัดส่วนของภาคบริการต่อ GDP ประมาณร้อยละ 47 นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยปีละหลายแสนล้านบาท จากสถิติของกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าจากสถิติรายได้ระหว่างปี 2548-2553 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 367,380.36 ล้านบาท ในปี 2548 เป็น 585,961.80 ล้านบาทในปี 2553 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ 11.90% ซึ่งสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวแสดงได้ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี 2551-2554

ประเทศ	ปี 2551		ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย								
ตะวันออก	7,601,638	52.12	7,076,190	50.01	4,237,310	40.93	5,400,425	44.06
อาเซียน	3,971,429	27.23	3,968,579	28.05	1,294,716	12.51	1,619,161	13.21
บรูไน	9,055	0.06	8,353	0.06	5,844	0.06	6,175	0.05
กัมพูชา	85,790	0.59	96,586	0.68	25,758	0.25	34,657	0.28
อินโดนีเซีย	247,930	1.70	227,205	1.61	148,054	1.43	224,089	1.83
ลาว	621,564	4.26	655,034	4.63	17,656	0.17	19,164	0.16
มาเลเซีย	1,805,332	12.38	1,757,813	12.42	354,223	3.42	416,587	3.40
พม่า	71,902	0.49	79,279	0.56	83,511	0.81	104,465	0.85
ฟิลิปปินส์	221,506	1.52	217,705	1.54	155,362	1.50	177,596	1.45
สิงคโปร์	570,047	3.91	563,575	3.98	361,591	3.49	402,826	3.29
เวียดนาม	338,303	2.32	363,029	2.57	142,717	1.38	233,602	1.91
อื่นๆ	2,942,549	20.18	3,636,435	25.70	2,942,594	28.43	3,781,264	30.85
ยุโรป	3,984,614	27.32	4,059,988	28.69	3,400,547	32.85	3,805,445	31.04
อเมริกา	909,017	6.23	853,381	6.03	675,879	6.53	753,776	6.15
เอเชียใต้	711,290	4.88	826,437	5.84	913,887	8.83	1,067,626	8.71
โอเชียเนีย	794,331	5.45	737,460	5.21	475,023	4.59	553,127	4.51
ตะวันออก								
กลาง	464,330	3.18	483,983	3.42	548,983	5.30	567,335	4.63
แอฟริกา	119,000	0.82	112,403	0.79	100,417	0.97	110,241	0.90
รวม	14,584,220	100.00	14,149,841	100.00	10,352,046	100.00	12,257,975	100.00

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากตารางที่ 1.4 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นสมาชิกกลุ่มอาเซียนที่เข้ามาในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนทั้งหมดมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นประเทศอาเซียนที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด รองลงมาคือสิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับซึ่งจุดแข็งของการท่องเที่ยวในไทยคือมีความหลากหลายของ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือแม้แต่วันทนาการตามยุคสมัย กระจายอยู่ทุกภูมิภาคและมีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป เช่นภาคใต้มี

จุดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวทางน้ำ ภาคอีสานมีจุดเด่นด้านอาหาร ภาษาพูดและวัฒนธรรมประจำถิ่น ภาคกลางมีจุดเด่นที่ศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาช้านาน และโบราณสถานต่างๆ ส่วนภาคเหนือมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ภูเขาที่สวยงามและสลับซับซ้อน วัฒนธรรมล้านนา ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์กระจายทั่วไปนอกจากนี้หากพิจารณารายจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับ ปี 2553 ซึ่งแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวรายจังหวัดปี 2553

อันดับ	จังหวัด	ภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
1	กรุงเทพมหานคร	กลาง	38,222,903
2	พัทธา(ชลบุรี)	ตะวันออก	8,313,528
3	พระนครศรีอยุธยา	กลาง	6,534,638
4	กาญจนบุรี	ตะวันตก	5,741,202
5	ภูเก็ต	ใต้	5,471,218
6	นครราชสีมา	ตะวันออกเฉียงเหนือ	5,429,119
7	เชียงใหม่	เหนือ	5,040,971
8	ระยอง	ตะวันออก	4,634,970
9	ชะอำ(เพชรบุรี)	ตะวันตก	4,543,673
10	สระบุรี	กลาง	3,124,952

ที่มา: ฐานข้อมูลท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 1.5 แสดงให้เห็นถึงจังหวัดในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับ ซึ่งจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเที่ยวมากอันดับหนึ่งได้แก่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งอยู่ในภาคกลาง นอกจากนี้หากพิจารณาจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวอันดับหนึ่งแยกรายภาคจะพบว่า ภาคกลาง(ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ภาคตะวันออก ได้แก่ พัทธา จังหวัดชลบุรี ภาคตะวันตกได้แก่ กาญจนบุรี ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต และภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ(ชัยภูมิและปัยพรมณ ,2554) เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบน และสามารถเชื่อมต่อไปยังหลวงพระบางของสปป. ลาว พื้นที่ท่องเที่ยว 4 ส่วน หลักคือ 1) แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง จุดเด่นคือวัดพระธาตุดอยสุเทพ ถนนคนเดิน ไนท์บาซาร์ ถนนวัวลาย 2) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศเหนือ ประกอบด้วยปางช้าง น้ำตกแม่สา สวนกล้วยไม้ ถ้ำเชียงดาว 3) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศตะวันออก เป็นแหล่งซื้อสินค้า

ที่ระลึก เช่น ร่มบ่อสร้าง เรืองเงิน ผ้าไหม อัญมณี เครื่องหนัง 4) แหล่งท่องเที่ยวทางทิวทัศน์ได้ เป็น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ ดอยอินทนนท์ น้ำตกแม่กลาง นอกจากนี้สามารถซื้อของที่ระลึก เช่น ผ้าฝ้ายทอมือจอมทอง ผ้าฝ้ายตีนจกแม่แจ่ม ไม้แกะสลักบ้านถวาย โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมใน ส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัดของเชียงใหม่ปีพ.ศ.2548 –2552 แสดงได้ใน ตารางที่ 1.6

ตารางที่ 1.6 ข้อมูลทางเศรษฐกิจจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของธุรกิจโรงแรมและ ภัตตาคาร(ล้านบาท)	11,037	12,281	13,208	13,863	14,582
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (Gross Provincial Product:GPP) (ล้านบาท)	100,790	110,729	118,326	127,602	132,098

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จะเห็นได้ว่าผลติมวลรวมในส่วนของ โรงแรมและภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์จังหวัดของ เชียงใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในปี 2553 จำนวน 5,040,914 คน แบ่งเป็นชาวไทย 3,345,629 คนและชาวต่างชาติ 1,695,288 คนหากพิจารณาเฉพาะ จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนเฉลี่ยระหว่างปีพ.ศ.2549-2553 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีมากเป็นอันดับหนึ่งถึง 93,473 คน รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ มีจำนวน 57,781 คน(กรมการท่องเที่ยว,2554)

การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยที่จะมีขึ้นในพ.ศ. 2558 นั้น นอกจากภาคการค้าแล้ว ภาคบริการซึ่งมีการเปิดให้มีเสรีภาคบริการเกิดขึ้นก็จะได้รับผลกระทบ เช่นกัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการก็คงหนีไม่พ้นจากผลกระทบ ครั้งนี้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ธุรกิจท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้ง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยว ซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผล ประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิด งานอาชีพอีกหลาย แขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียด พร้อม กับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีก ครั้ง อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วย สร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วย กระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้

เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับสูง ด้วยสาเหตุนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในภาคเหนือ และเป็นอันดับ 7 ของประเทศไทยจึงจะได้รับผลกระทบจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงต้องการศึกษาผลกระทบของการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปต่อยอดสำหรับการเตรียมความพร้อมต่อการเป็นประชาคมอาเซียนทั้งภาครัฐและเอกชนในอนาคตอันใกล้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับของการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
3. ศึกษาการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

การศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนผลกระทบที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะได้รับจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเตรียมความพร้อมในการรับมือของผู้ประกอบการ ซึ่งผลของการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการเตรียมมาตรการรับมือผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้ผลการศึกษาในการวางแผนการจัดการ การตลาด และการลงทุนในระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจดังกล่าวอีกด้วย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับของการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และการเตรียมความพร้อมรับมือ จากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเฉพาะผู้ที่เป็สมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานราชการจำนวน 5 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานสรรพากรจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2555

1.5 นิยามศัพท์

ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 8 สาขา ดังนี้สาขากิจด้านบริการนำเที่ยว และ จำหน่ายตั๋วโดยสารวิสาหกิจด้านที่พักและโรงแรม วิสาหกิจด้านร้านค้าของที่ระลึก วิสาหกิจด้านคมนาคมขนส่ง ทางบก อากาศ และทางเรือ วิสาหกิจด้านภัตตาคารและร้านอาหาร วิสาหกิจด้านกิจกรรมทางกีฬา และนันทนาการ วิสาหกิจด้านบริการสุขภาพ และส่งเสริมสุขภาพ วิสาหกิจอื่นๆ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง การรวมตัวกันทางเศรษฐกิจของประเทศอาเซียนจำนวน 10 ประเทศ ประกอบด้วย เนการาบรูไนดารุสซาลาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สหพันธรัฐมาเลเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐสิงคโปร์ และราชอาณาจักรไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว(Single market and production base) อันหมายถึง จะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีสามารถดำเนินกระบวนการผลิตที่ไหนก็ได้โดยมีการใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานมาร่วมกันในการผลิต มีมาตรฐานสินค้าและกฎระเบียบเดียวกัน