

ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จรรยา ตันจาทูรนต์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2549

ผลกระทบบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จรรยา ตันจาตุรนต์

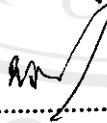
การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ



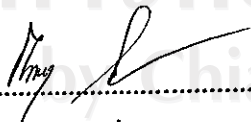
ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุมภ์ สายจันทร์



กรรมการ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์



กรรมการ

รองศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร

5 กันยายน 2549

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุภภ์ สายจันทร์ ซึ่งกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระตลอดจนกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ ความเอาใจใส่ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและตรวจแก้ไข จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ และรองศาสตราจารย์ กาญจนา โชคดาว ที่กรุณารับเป็นกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าแบบอิสระ รวมถึงคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนโดยตลอดมา ขอขอบคุณอาจารย์ตลอดจนเจ้าหน้าที่สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองทุกท่านที่ให้ความรู้ ความช่วยเหลือและคำแนะนำต่างๆ มาโดยตลอด สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่น้อง ทุกท่านที่มีส่วนในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆ ตลอดระยะเวลาของการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณกานต์ชนก ประภาสวุฒิสาร ที่ได้ช่วยเหลือทุ่มเทอย่างเต็มที่จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ในที่สุด

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ผู้ศึกษาได้พยายามหาข้อมูลทุ่มเทและตั้งใจในการทำอย่างเต็มที่ โดยความยากของงานอยู่ที่ทำข้อศึกษานับเป็นเรื่องใหม่ต้องอาศัยข้อมูลทั้งจากภาครัฐและเอกชน หากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ. โอกาสนี้และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์กับผู้สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนใจ

จรรยา ตันจาดูรงค์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาค
ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผู้เขียน นางสาวจรรยา ดันจาครนดี

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ กรรมการ

รองศาสตราจารย์กาญจนา ไชคถาวร กรรมการ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์คือเพื่อศึกษานโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมผลข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาลพบว่า หน่วยงานราชการมีส่วนในการนำนโยบายดังกล่าวไปดำเนินการตามแผนแต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ ทราบจากสื่อมากกว่า เจ้าหน้าที่จะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น โดยที่กลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ ส่วนใหญ่ก็จะให้ความร่วมมือ สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ หน่วยงานราชการมีปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัดส่งผลให้เกิดความล่าช้าและขาดประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมและการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

ผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ารูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น มีการสร้างมาตรฐานการบริการ รวมทั้งระบบข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยและครบวงจร ซึ่งแนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานของรัฐมีการปรับงบประมาณ เน้นการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม การท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งประสานธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร และการประสานงานการพัฒนาจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและ

เอกชน ปัญหาและอุปสรรคคือ ปัญหาความปลอดภัย ข่าวสารกับความมั่นคงภายในประเทศ ภัยธรรมชาติ ภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการ ปัญหาบุคลากร ปัญหาด้านการเมือง ปัญหาด้านการคมนาคม ปัญหาด้านงบประมาณ ปัญหานโยบายที่ยังไม่ชัดเจน ปัญหาการประชาสัมพันธ์ ปัญหาการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประสานงานอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ คือ นโยบายของรัฐควรมีความต่อเนื่องพร้อมงบประมาณสนับสนุนและสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเน้นเรื่องวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โดยดึงภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐมาร่วม สำหรับการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรจะทำให้การสนับสนุนให้ดีที่สุดในระยะยาว และควรจัดอบรมพัฒนาผู้ให้บริการต่าง ๆ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการประชาสัมพันธ์ และควรส่งเสริมผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดย่อมให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การส่งเสริมนโยบายให้พัฒนาบุคลากรและการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพ และควรส่งเสริมการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับรู้โดยทั่วกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Impact of Making Chiang Mai as a Regional Hub of Tourism Industry
Author	Ms. Janya Tanjaturong
Degree	Master of Arts (Political Economy)
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Dr. Kosum Saichan Chairperson Associate Professor Porntip Tianteerawit Member Associate Professor Kanchana Choktaworn Member

ABSTRACT

The research titled “Impact of Making Chiang Mai as a Regional Hub of Tourism Industry” is aimed to study about the policy to centralize Chiang Mai as the regional hub for tourism following policy from central government and to study about impact of this policy towards tourism business in Chiang Mai. The researcher has collected data by using open-ended questionnaires, 50 sets, with samples who are the owners of tourism businesses in Chiang Mai. The result of study was summarized as follows:

Following the centralizing Chiang Mai as the regional hub for tourism policy, central government shows that the agencies have been following the policy as it planned but less direct publicity. The entrepreneurs were informed about the policy from mass media rather than the agencies. For the cooperation with policy, officials are more involved in organizing activities to promote and support this policy by coordinating with related organizations, agencies, private, and local organizations, while most of the entrepreneurs have been given their good cooperation towards the policy. However, the obstacles found were agencies have limited budget which is the cause of delay and ineffectiveness of activities. The most important one is inadequate of good publicity.

As for the impact from centralizing Chiang Mai as the regional hub for tourism policy towards tourism business in Chiang Mai, the study result showed that current pattern and direction of tourism business in Chiang Mai have developed more eco-tourist attractions as well as standard of services, including advance and complete database about news and publicities. Direction towards development of tourist business pattern required readjustment of budget to the agencies, emphasis

of marketing and proper management on tourist resources to eco-tourism and tourist attraction, including cooperation of already completed and networked businesses and the most important requirement is to develop coordination with both public and private sectors, obstacle and problem found were the safety, news related to domestic stability, natural disaster, competitiveness among entrepreneurs, staff, politics, transportation, and budget problems. Moreover, there were problems about the clearness of policy and insufficient support from the central government, which was resulted in the inadequate of publicity though this was already well operated. However, there are also serious problems on the support of the tourism and coordination.

Suggestions towards this policy should be continual policies from central government together with supported budget and developed tourism strategy on local cultural and traditional aspect by linking private and public sectors. The long – term of best support is required for each tourist attraction. There should be training provided to improve skills of service providers, supporting more publicity and promoting more eco-tourism and small entrepreneurs. Promoting ecotourism, policy towards effectiveness of staff and transportation, emphasis on publicity and information.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ	6
2.1.2 ทฤษฎีความทันสมัย	7
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว	10
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.3 กรอบคิดในการศึกษา	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	18
3.1 รูปแบบการศึกษา	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 สภาพทั่วไปและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่	20
4.1 สภาพทั่วไป	20
4.2 การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	24
4.3 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค	28
4.4 นโยบายและการพัฒนาศูนย์กลางการบินของภูมิภาค	29
4.5 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว	36

สารบัญ (ต่อ)

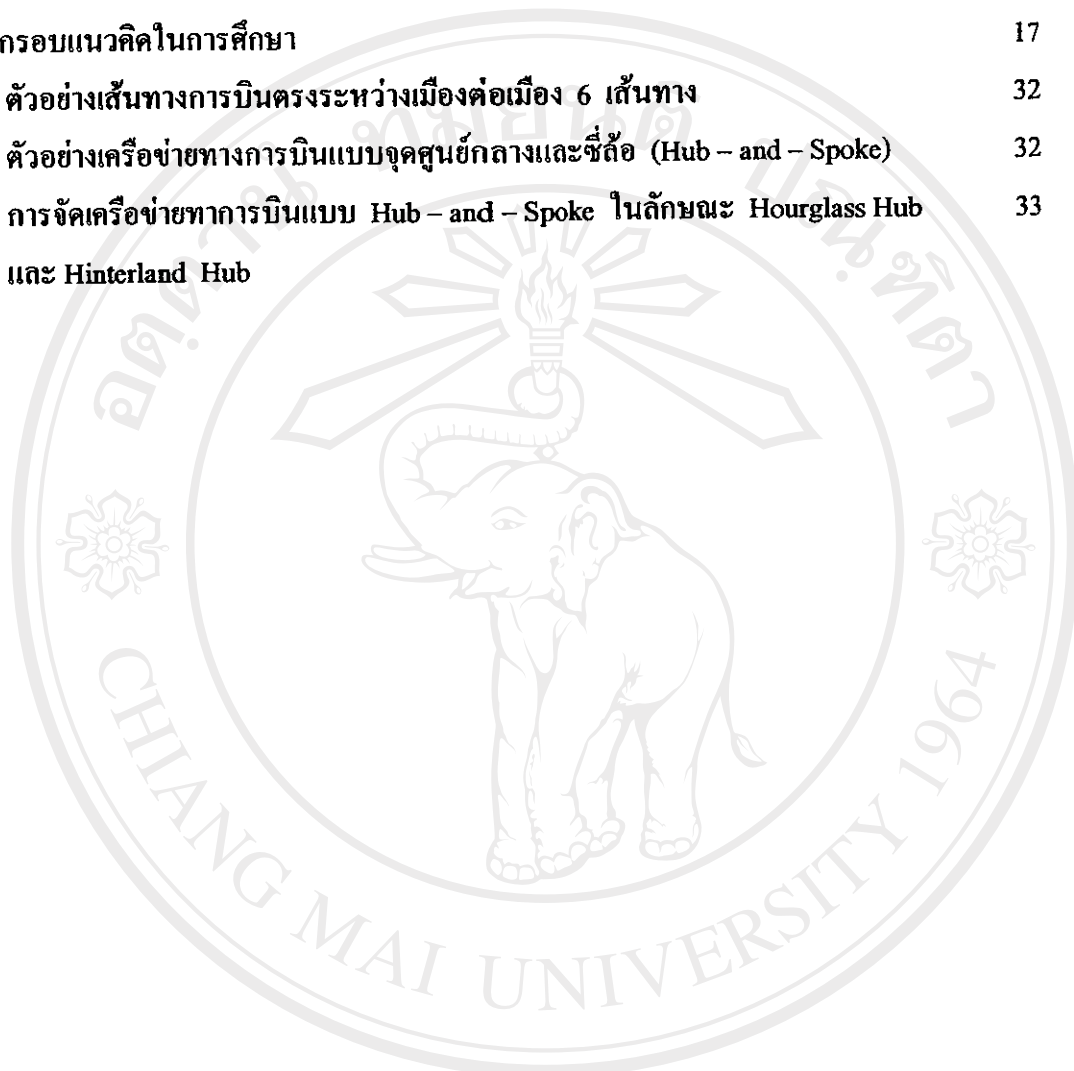
	หน้า
4.6 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ	39
บทที่ 5 ผลการศึกษา	65
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค	68
5.3 ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต	77
5.4 ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค	84
5.5 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค	85
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	88
6.1 สรุปผลการศึกษา	88
6.2 อภิปรายผล	94
6.3 ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	100
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2543-2547	3
1.2 รายได้จากการบริการด้านสุขภาพด้วยการใช้ภูมิปัญญาไทยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548	4
4.1 แอร์ไลน์ที่เปิดทำการบินเข้าเชียงใหม่	25
4.2 เป้าหมายรายได้ที่เกิดจากธุรกิจสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)	44
4.3 รายได้จากบริการทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วง 5 ปี (2546 – 2549)	52
5.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
5.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
5.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
5.4 รูปแบบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
5.5 ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
5.6 การรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว	69
5.7 การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค	70
5.8 การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	72
5.9 บทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก	73
5.10 ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบาย	75
5.11 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว	76

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	17
4.1 ตัวอย่างเส้นทางการบินตรงระหว่างเมืองต่อเมือง 6 เส้นทาง	32
4.2 ตัวอย่างเครือข่ายทางการบินแบบจุดศูนย์กลางและซี่ล้อ (Hub – and – Spoke)	32
4.3 การจัดเครือข่ายทางการบินแบบ Hub – and – Spoke ในลักษณะ Hourglass Hub และ Hinterland Hub	33



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้นำเงินตรา ต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยก่อให้เกิดรายได้เงินตราต่างประเทศเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกช่วยชดเชยการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดของประเทศและกระจาย การพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งเป็นการเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ประชกรอย่างกว้างขวาง

กระแสโลกาภิวัตน์นับเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งนับว่าเป็นธุรกิจที่สำคัญ และมีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมาเป็นเวลานาน รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงได้มีความพยายามในการรณรงค์ให้ชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากนโยบายของรัฐบาลในแต่ละสมัยที่พยายามจัดการรณรงค์ (Campaign) เช่น โครงการ Amazing Thailand หรือ Unseen in Thailand เป็นต้น

เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2544 คณะรัฐมนตรี ภายใต้งานนำของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี (พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร) ได้มีมติให้ความเห็นชอบในหลักการ โครงการเร่งด่วนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมอบหมายให้กระทรวงคมนาคมดำเนินการส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินไปยังจีนตอนใต้และตะวันตก และในที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเรื่องยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2545 นายกรัฐมนตรีได้มอบหมายให้กระทรวงคมนาคม ไปศึกษาปัญหาและอุปสรรคและกำหนดมาตรการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต หรือหาดใหญ่ และขอนแก่น หรืออุดรธานี หรืออุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการบิน และเพื่อเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รายงานผลการศึกษาของคณะทำงานในเรื่องความเป็นไปได้ในการเป็นศูนย์กลางการบินของ ท่าอากาศยานภูมิภาคนี้ พบว่า ในภาคใต้ ภูเก็ตมีศักยภาพมาก เพราะเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง ไปอยู่แล้ว โดยไม่ต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงในการสนับสนุนเพิ่มปริมาณจราจรทางอากาศ ส่วนภาคเหนือพบว่าเชียงใหม่เป็นจุดที่เหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนผู้โดยสารสูงสุดและมีเครือข่ายเชื่อมโยงไปยังต่างประเทศอยู่แล้วซึ่งรวมถึง

สิงคโปร์และไทเป และเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว มีที่ตั้งอยู่ในบริเวณตอนกลางภาคเหนือตอนบนทำให้การเดินทางเชื่อมโยงไปยังจุดอื่นๆ ทั้งยังเป็นจุดที่มีธุรกิจการค้าหนาแน่นเหมาะสมที่จะเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจุดต่างๆที่เป็น Secondary points ในประเทศใกล้เคียง และในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขงและเพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

จังหวัดเชียงใหม่บนพหุริศรีนครพิงค์หรือเวียงพิงค์ ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 เป็นเมืองที่มีศักยภาพเพียงพอสำหรับการท่องเที่ยว พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าละเมาะและภูเขา เนื้อที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ ในปี พ.ศ. 2544 จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรทั้งสิ้น 1,600,850 คน เป็นชาย 791,537 คน คิดเป็นร้อยละ 49.46 เป็นหญิง 809,313 คน คิดเป็นร้อยละ 50.54 ของประชากรทั้งหมด จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งการปกครองออกเป็น 22 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ มีจำนวนตำบล 206 ตำบล และจำนวนหมู่บ้าน 1,822 หมู่บ้าน โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่น่าสนใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาที่มีความสูงที่สุดในประเทศ มีน้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน แหล่งน้ำ อุทยานแห่งชาติและวนอุทยานที่มีพืชพันธุ์ไม้ที่แปลกตา แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ศาสนสถาน เช่น มีเมืองโบราณหลายแห่ง มีวัดสำคัญหลายแห่ง มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประเพณีวัฒนธรรมและศิลปหัตถกรรม เช่น หมู่บ้านชาวเขา และชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชนบทที่ผลิตสินค้าประเภทศิลปหัตถกรรม มีงานประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งยังมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบายในฤดูหนาวและประชาชนในท้องถิ่นมีอุปนิสัยโอบอ้อมอารี มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (เรียกกันว่าคนเมือง) ทั้งในแง่ของเสื้อผ้า การแต่งกาย

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นอันดับสี่ของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร ชลบุรี และภูเก็ต เป็นเมืองศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของภาคเหนือและเคยเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนามาก่อน จึงทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของจังหวัด (พรทิพย์ เรือรวิวิทย์, 2542) ซึ่งพบว่าลักษณะการท่องเที่ยวของคนไทยส่วนใหญ่ มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เดินทางมาเที่ยวทั้งปี และสามารถมาเที่ยวช่วงไหนก็ได้เปลี่ยนเป็นเที่ยวแบบปีเว้นปีเพราะถือว่าเคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว แต่ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่ายังคงมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปี พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้น เป็น จำนวน 3,623,395 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 เมื่อเทียบกับปี 2543 พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยจำนวน 1,877,194 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 1,746,201 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 เมื่อพิจารณาถึงภาวะการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากรายได้จาก

การท่องเที่ยวในปี 2543 มีมูลค่า 37,386 ล้านบาท ขณะที่ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2543 มีผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดอยู่ในเกณฑ์ขยายตัวร้อยละ 0.89 คิดเป็น 81,423 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาบริการการท่องเที่ยวมากที่สุดถึงร้อยละ 28.82 จนกระทั่งในปี 2547 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 45,067 ล้านบาท ซึ่งในปัจจุบันเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 22.31 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมด (GPP) เป็นอันดับหนึ่งของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมด (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2543-2547

ปี	ชาวไทย	สัดส่วน	% การเปลี่ยนแปลง	ชาวต่างประเทศ	สัดส่วน	% การเปลี่ยนแปลง	รวม	รายได้ (ล้านบาท)
2543	1,773,621	57.48	-	1,311,856	42.52	-	3,085,477	37,386
2544	1,683,600	53.01	-5.08	1,492,261	46.99	+13.75	3,175,861	37,729
2545	1,639,473	51.26	-2.62	1,558,317	48.73	+4.43	3,197,790	37,514
2546	1,714,843	54.50	+4.60	1,431,351	45.49	-8.15	3,146,194	38,291
2547	1,877,194	51.81	+9.47	1,746,201	48.19	+22	3,623,395	45,067

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ เขต 1, 2543-2547

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศและภูมิภาค รัฐบาลจึงมีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในภูมิภาค ศูนย์กลางด้านสุขภาพ และศูนย์กลางในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว มีศักยภาพด้านความเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงด้านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มประเทศในแถบอินโดจีนและประเทศในแถบอินเดีย ศรีลังกา บังคลาเทศ เอเชียตะวันออก รวมถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ดังนั้น รัฐบาลชุดปัจจุบันจึงมีนโยบายทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคหรือ HUB เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยการผลักดันในหลายๆด้านเพื่อรองรับความเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ส่งเสริมให้มีสายการบินเข้ามาเปิดเที่ยวบินโดยใช้เชียงใหม่เป็นฮับสู่ประเทศเพื่อนบ้าน มีการเปิดเส้นทางบินจากเชียงใหม่ในหลายเส้นทาง อาทิ เชียงใหม่-ย่างกุ้ง เชียงใหม่-กรุงเทพฯ-นริตะ เชียงใหม่-กัวลาลิม เชียงใหม่-จิดตะกอง เชียงใหม่-เวียงจันทน์ และเชียงใหม่-หลวงพระบาง เป็นต้น มีการเร่งรัดให้จังหวัดเชียงใหม่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและสาธารณสุข การส่งเสริมลงทุน การเร่งรัดให้ททท. เดินหน้าการสร้างสรรค์ประชุมนานาชาติที่เชียงใหม่ การประสานงานกับภาคเอกชนทั้งสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ

สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และยังมีโครงการอื่นๆมากมายที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะรองรับนโยบายของรัฐบาลในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (HUB) อย่างไรก็ตามนโยบายการผลักดันให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ศูนย์กลางการบิน หรือแม้กระทั่งศูนย์กลางด้านสุขภาพของภูมิภาคนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการปรับปรุงปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจการบิน กลุ่มโรงแรม กลุ่มธุรกิจนำเที่ยว และกลุ่มสินค้าหัตถกรรมของที่ระลึกต้องมีการเตรียมความพร้อม และจะได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม

จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการคัดเลือกจากรัฐบาลให้เป็นหนึ่งในสามจังหวัดนำร่องร่วมกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดภูเก็ตในการพัฒนาด้านการบริการสุขภาพตามยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub) เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศและส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาไทย โดยในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีรายได้จากการบริการสุขภาพ จำนวน 2,479.60 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,851.79 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2547 โดยมีอัตราการเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 19 (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 รายได้จากการบริการด้านสุขภาพด้วยการใช้ภูมิปัญญาไทยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548

ปี พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราเพิ่ม (%)
2546	2,479.60	-
2547	2,851.79	15
2548	3,394.02	19

ที่มา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2548

นโยบายการทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคนี้ เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันในหลายสาขาอาชีพ ซึ่งได้มีการถกเถียงหรือวิพากษ์ในเรื่องผลกระทบจากการที่รัฐบาลจะทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคนี้ ผลกระทบดังกล่าวจะกระทบโดยตรงต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับผลกระทบโดยตรงแม้ว่ารัฐบาลจะมองเห็นถึงประโยชน์ และความสำคัญของนโยบายการทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค โดยเล็งเห็นว่าจะทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวได้เพิ่มสูงขึ้น โดยที่อัตรานักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามแทนที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จะได้รับผลประโยชน์ตามที่รัฐบาลต้องการแต่ในความเป็นจริงแล้ว ธุรกิจ

การท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ได้รับผลกระทบในด้านลบเช่นกัน ทั้งการขยายสนามบินเพื่อรองรับการขยายตัวของเชียงใหม่เพื่อการเป็นศูนย์กลางทางการบินของภูมิภาค การเตรียมการสร้างโรงแรม 5 ดาวหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่จะสร้างปัญหาในเรื่องสิ่งแวดล้อมและชุมชนใกล้เคียงรวมไปถึงปัญหามลภาวะ ที่จะตามมา เมื่อมีปัญหาแล้วไม่อาจจะแก้ไข ได้ก็จะส่งผลกระทบต่อเรื่องธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วไปในระยะยาว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (HUB) ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาลจากเอกสารและแผนการท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ที่เตรียมที่จะเกิดขึ้นเพื่อรองรับนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยไปสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษานโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล
- 2) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

- 1) ขอบเขตพื้นที่ที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่
- 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา จะศึกษาข้อมูลนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคของรัฐบาล

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อทราบถึงผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่จากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ถูกทางและตรงตามความต้องการ
- 3) เพื่อเป็นแนวทางการค้นคว้าสำหรับผู้สนใจเรื่องนโยบายของรัฐ การทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวต่อผลกระทบการท่องเที่ยวในเชียงใหม่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ

ตามพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่งเป็นคำที่คุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกร่องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน และการบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้งานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น (สมิต สัจฉกร, 2542)

การให้บริการสาธารณะ ถือเป็นภารกิจสังคมของรัฐที่จะต้องจัดให้มี และให้บริการอย่างทั่วถึง ข้าราชการจึงเป็นกลไกที่สำคัญที่จะนำบริการสาธารณะไปสู่ประชาชน ข้าราชการจึงเป็น ตัวจักรสำคัญ ถ้าเปรียบระบบการบริหารราชการกับการค้าแล้ว รัฐบาลจะเปรียบเสมือนผู้ขายบริการ ซึ่งผู้ที่มาขอรับบริการก็คือประชาชนนั่นเอง ประกอบกับวันที่ 14 มีนาคม 2532 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามข้อเสนอของคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการและระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน จึงประกาศใช้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชนของหน่วยงานรัฐ พ.ศ. 2532 ตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน 2532 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะปรับปรุงการบริการของรัฐที่ให้แก่ประชาชนเกิดความพึงพอใจสาธารณะ และเพื่อตอบสนองความต้องการโดยส่วนรวมของประชาชน (ประยูร กาญจนกุล, 2521)

การให้การบริการสาธารณะแก่ประชาชน ถือเป็นภารกิจที่สำคัญของรัฐบาลและข้าราชการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ซึ่งได้มีการพัฒนาทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมตามแนวคิดเสรีนิยม ภารกิจของรัฐแต่เดิมมุ่งเน้นในเรื่องการรักษาความสงบเรียบร้อย และความมั่นคงของประเทศเป็นสำคัญ จึงต้องหันมาเน้นที่การให้การบริการสาธารณะแก่ประชาชนควบคู่ไป

ด้วย นอกจากนี้ ศักยภาพในการให้บริการสาธารณะ ยังมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งหากระบบราชการที่รัฐควบคุมดูแลอยู่ ไม่สามารถจัดการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของภาค เอกชนแล้ว ระบบราชการก็จะกลายเป็นอุปสรรคในการพัฒนาความเจริญเติบโตของประเทศในที่สุด (ชวงส์ ฉายะบุตร, 2536)

ประเทศไทยกำลังพยายามก้าวไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งจะต้องปรับปรุง ทั้งระบบและโครงสร้างต่างๆหลายประการ นอกจากจะปรับปรุงในโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจแล้ว สิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ก็คือ การบริการประชาชนในระบบราชการ เพราะระบบราชการจะเป็นกลไกของรับที่จะแปรนโยบายของรัฐไปสู่ภาคปฏิบัติ ซึ่งมีประชาชนเป็นผู้ได้รับผลการปฏิบัตินั้น การที่ผู้รองรับผลจะเกิดความพึงพอใจหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม (บุญเอื้อ บัวสรวง, 2542)

หลักและปัจจัยในการให้บริการประชาชนจะเป็นส่วนประกอบในการปฏิบัติงานของข้าราชการบังเกิดผลแก่ส่วนรวมอย่างจริงจัง ตัวข้าราชการเองเปรียบเสมือนเทียนไขที่จะต้องเผาไหม้ตนเองเพื่อความสุข เพื่อแสงสว่างที่จะมีแก่ผู้อื่น จะเหนื่อยยากประการใดก็สามารถทนได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนซึ่งรับการบริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว ตรงกับความต้องการ และได้รับความสบายใจเข้มแข็ง เมื่อเขาก้าวออกจากสถานที่ราชการ นี่คือสัจของของการให้บริการแก่ประชาชน (พิศาล มุตศาสตร์สาทร, 2529)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การบริการสาธารณะ จะเป็นการกิจหลักของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น โดยมีข้าราชการเป็นตัวเชื่อมในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐและประชาชน เหล่าข้าราชการจึงต้องตระหนักว่าตนคือผู้ให้บริการ เป็นผู้รับใช้ของประชาชน โดยไม่ถือปฏิบัติและต้องบริการอย่างเท่าเทียมกันด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ยึดหลักในการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนด้วย การบริการที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และสิ่งนั้นก็คือวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการบริการสาธารณะ

2.1.2 ทฤษฎีความทันสมัย

1) แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของ Emile Durkheim

ผู้คนในสังคมดั้งเดิม มักมีกิจกรรมจำกัดอยู่ที่ประชุมชนเกษตรกรรมรวมกันอยู่แบบครอบครัวหรือเครือญาติ แต่ละหมู่บ้านมีลักษณะคล้าย ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผู้คนคิด ปฏิบัติ หรือความเชื่อ ในสภาวะแวดล้อมเช่นนี้ ความสมานฉันท์ของครอบครัวอยู่บนพื้นฐานของการมีวิถีชีวิตและความเชื่อที่เหมือนกัน Durkheim เรียกสังคมแบบนี้ว่ามีรูปแบบความสัมพันธ์แบบ mechanical solidarity ซึ่งมีสถานะเป็นเหมือนเครื่องจักรกลในความหมายที่ว่า แต่ละกลุ่มก็มี

ความหมายเหมือนกับอีกกลุ่มหนึ่ง ปฏิบัติตามแบบแผนพฤติกรรมและความเชื่อตั้งเดิมอย่างเคร่งครัดความเหมือนกันของกลุ่มต่างๆ ในสังคมเหล่านี้มิได้หมายความว่าผู้คนเหล่านี้ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน แต่ในทางตรงข้าม แต่ละกลุ่มจะมีลักษณะที่สามารถพึ่งตนเอง (self-contained) สมาชิกของกลุ่มทำหน้าที่ทุกอย่างทั้งทำมา เลี้ยงดูลูกหลาน ควบคุมทางสังคม ปกป้องตนเอง ฯลฯ หรือกล่าวได้ว่า การแบ่งงานกันทำนี้ถูกจำกัดอยู่แต่ในความสามารถของทุกคนที่อยู่ในกลุ่ม ดังนั้นแต่ละกลุ่มก็เป็นองค์ประกอบที่แยกต่างหาก (segment) แต่รวมอยู่ในสังคมใหญ่ Durkheim จึงเรียกสังคมแบบนี้ว่า segmental society

สำหรับสังคมแบบสมัยใหม่ (modern society) นั้น เกิดขึ้นจากการที่จำนวนประชากรและความหนาแน่นของประชากรมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเสียไป ผู้คนที่มากขึ้นเหล่านี้เกิดการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงทรัพยากร จากอิทธิพลของแนวคิดวิวัฒนาการของดาร์วิน Durkheim เชื่อว่าสภาวะแวดล้อมของการแข่งขันกันเพื่อทรัพยากรมีมากขึ้น สังคมต้องหาทางแก้ปัญหาเหล่านี้ สังคมต้องมีการปรับตัว ทางแก้ปัญหาคือสังคมเริ่มมีการแบ่งงานกันทำมากขึ้น ทรัพยากรใหม่ ๆ อาจเกิดขึ้นได้โดยผู้คนแบ่งหน้าที่และบทบาทกันในการผลิต เช่น ปลูกข้าว เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า เป็นต้น โดยการทำให้เวลา มีการแบ่งงานกันตามความชำนาญเฉพาะอย่าง ซึ่งการแบ่งงานกันทำ (interdependency) ระหว่างผู้คนเหล่านี้ เปรียบเทียบเหมือนกับเซลล์หรืออวัยวะในร่างกายที่เติบโตขึ้นเพื่อทำหน้าที่เฉพาะอย่าง เป็นอวัยวะเป็นส่วน ๆ ดังนั้นความแตกต่างทางสังคม (social differentiation) ก็เกิดขึ้น เมื่อสถาบันที่มีความชำนาญเฉพาะอย่างเกิดขึ้น ตามความต้องการเฉพาะด้านของสังคม เช่น ศาสนา เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางที่สังคมสมัยใหม่ (modern society) ถูกสร้างขึ้นมา ซึ่งมีความสลับซับซ้อนและผสมผสานกัน และมีความเป็นหนึ่งเดียวร่วมกันอย่างที่ว่า Durkheim เรียกว่า organic solidarity ซึ่งแต่ละส่วนของสังคมก็เหมือนกับสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติซึ่งมีหน้าที่เฉพาะอย่าง ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นระบบของสังคมสมัยใหม่สร้างแบบแผนของศีลธรรมขึ้นมาใหม่ สำหรับสังคมที่สลับซับซ้อนมากขึ้น มีกิจกรรมหลากหลายมากขึ้น

2) แนวคิดของ Max Weber

เช่นเดียวกับนักคิดคนอื่น ๆ Max Weber ต้องการหาคำตอบสำหรับการเกิดขึ้นของกระบวนการกลายเป็นอุตสาหกรรม (industrialization) ที่เกิดขึ้นในยุโรปในศตวรรษ ที่ 19 ถึงแม้ว่าเขาจะมุ่งความสนใจไปที่การพยายามตอบคำถามว่า ทำไมระบบการผลิตสินค้าแบบทุนนิยมจึงขึ้นมา มีอำนาจโดดเด่นในเศรษฐกิจของยุโรปตะวันตก คำตอบที่สำคัญประการหนึ่งนั่นคือสิ่งที่เรียกว่า การใช้เหตุผลในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ (rationalization) ซึ่ง Weber อธิบายว่า

องค์ประกอบที่สำคัญของการขยายตัวของการผลิตแบบทุนนิยมเป็นเพราะการจัดการธุรกิจอย่างมีเหตุผล (rational organization of business enterprise) เพื่อให้มีกำไรอยู่เสมอ และทำให้เกิดการสะสมทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเอาใจใส่ในเรื่องประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน การลงทุนอย่างชาญฉลาด และการพยายามเอาชนะคู่แข่งขั้นทางธุรกิจ และการพยายามตอบสนองลูกค้าซึ่ง Weber อธิบายสาเหตุของการเปลี่ยนจากสังคมแบบดั้งเดิม (tradition) ไปสู่สังคมทุนนิยมสมัยใหม่ (modern capitalism) ว่ามีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยเบื้องหลังที่สำคัญคือ จิตวิญญาณของระบบทุนนิยม (spirit of capitalism) Weber มองว่าสังคมตะวันตกต่างจากสังคมตะวันออก ที่ในสังคมตะวันออกกำไรที่ได้จากธุรกิจมักถูกใช้ไปในการใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือยในการบริโภคระยะสั้น แต่สังคมตะวันตกมักจะพยายามทำงานหนักและมีการสะสมทุนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งเขาเห็นว่าเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะมีปัจจัยที่ส่งเสริมจริยธรรมการทำงานหนักนี้ คือ ศาสนา นั่นเอง

หัวใจสำคัญของแนวคิด Weber คือ สังคมตะวันตกมีการพัฒนาไปเพราะสมาชิกของสังคมปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง โดยมียึดหลักของควมมีเหตุผล (principle of rationality) เป็นเครื่องมือนำทาง จะเห็นว่าทั้ง Weber และ Durkheim ต่างมองว่าการเกิดขึ้นของสังคมสมัยใหม่เป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของแนวคิดปัจเจกชนว่าเป็นอิสระที่ไม่ยึดติดอยู่กับแบบแผนดั้งเดิมของสังคมสมัยเก่า ซึ่งทั้งสองได้วางรากฐานแนวคิดให้กับทฤษฎีความทันสมัย ในยุคต่อมา มีนักคิดที่พยายามนำแนวคิดของทั้งสองมารวมกันเป็นทฤษฎีกระแสหลักของ การศึกษาการพัฒนา (development studies)

ทฤษฎีความทันสมัยในยุคต่อมาได้อาศัยแนวคิดของ Durkheim และ Weber มาบ่งชี้ถึงลักษณะพื้นฐานของการพัฒนา และเชื่อว่าเราสามารถสร้างแบบจำลองที่สามารถใช้เป็นสิ่งชี้วัด (yardstick) ขึ้นตอนการพัฒนาของแต่ละสังคม ซึ่งความยากจนในประเทศโลก ที่สามมักถูกมองว่าเป็นลักษณะแบบเดียวกับสังคมดั้งเดิมถ้าถึงในแบบจำลองนี้ตลอดช่วง ทศวรรษ 1950-1960 ทฤษฎีความทันสมัยได้รับการพัฒนาขึ้นมามากมายในบรรดานักสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะนักสังคมศาสตร์ในสหรัฐอเมริกา อย่างเช่น Talcott Parsons หรืออาจกล่าวได้ว่าทฤษฎีความทันสมัยนี้เกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับความเสื่อมสลายของจักรวรรดินิยมเมืองขึ้นทั้งหลาย ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศโลกที่สามกลายเป็นจุดสนใจขึ้นมา ดังวาทะของประธานาธิบดีแฮร์รี เอส. ทรูแมนของสหรัฐอเมริกา ที่กล่าวว่าสิ่งที่ทำลายโลกในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง คือ การนำการพัฒนาไปสู่พื้นที่ที่ด้อยการพัฒนา ซึ่งเป็นที่มาของวาทกรรมการพัฒนาอันทรงอิทธิพลในยุคต่อมา

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

1) ระบบการท่องเที่ยว

ในยุคโลกาภิวัตน์นี้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว มนุษย์ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และเสาะแสวงหาสภาพแวดล้อมที่ดี แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ทั้งยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากความเครียดจากการแข่งขัน ในการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน และหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจจากการทำงานและชีวิตประจำวัน การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพักผ่อนคลายความตึงเครียดและเสริมสร้างความสุข จึงทำความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายปลายทางไปยังอีกที่หนึ่งที่มีชื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Lawson & Baud-bovy, 1977) เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะทางสังคม (R.W. McIntosh, 1972)

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีส่วนประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ระบอบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือการศึกษา นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สภาพเศรษฐกิจและการลงทุน สภาพสังคมและวัฒนธรรมองค์การความร่วมมือภาครัฐและเอกชน และกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวภายในประเทศ

สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย จำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากภายในประเทศนั้นๆ แทบทั้งสิ้น คาดว่าประมาณ 75-80% ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากนักท่องเที่ยวที่เราเรียกว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ก่อนที่จะเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจขึ้น ได้เคยมีการณ์คาดการณ์ไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2540 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะมีประมาณ 209,375 ล้านบาท และจะเริ่มสูงกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2541 และก่อให้เกิดรายได้ถึง 355,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2543 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ

เกือบทั้งหมดล้วนเป็นผู้ที่โดยธรรมชาติแล้วเป็นผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตอยู่ตลอดเวลา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการขนส่งและการเดินทาง นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตด้านอื่นๆอีก เช่น การเคลื่อนย้ายจากชีวิตในชนบทมาเป็นชีวิตในเมืองใหญ่ การอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ย้อนนำไปสู่การเคลื่อนย้าย ครอบครัวออกไปหาที่อยู่แถวชานเมือง สามารถเดินทางจากที่พักไปยังที่ทำงานซึ่งไม่ไกลเกินไปในแต่ละวัน การขยายตัวของรายได้ยังหมายถึงจำนวนครั้งที่เพิ่มขึ้นเพื่อการเดินทางไปเยี่ยมเยียนญาติๆหรือเพื่อน ตามเมืองต่าง ๆ ผู้คนเริ่มมีความรู้สึกว่าการเดินทางท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนเป็นรางวัลของชีวิตมากกว่าที่จะคิดว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยดังที่คนในอดีตเคยคิด เป็นที่คาดกันไว้กว่า 75% ของนักท่องเที่ยวภายในประเทศเลือกใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว หรือพักผ่อนมากกว่าพาหนะอื่นใดในโลกยุคปัจจุบัน

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเทศส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากประเทศ ซึ่งมีมาตรฐานการครองชีพสูง ประกอบเข้ากับอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรากฐานมาจากระบบอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้า ประเทศดังกล่าวเหล่านี้มีอัตราของการเจริญเติบโตของสังคมเมืองค่อนข้างสูง และมีระดับมาตรฐานรายได้ที่ไม่แตกต่างกันมากนักเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบสังคมในประเทศดังกล่าว ตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพื้นฐานแล้วจะประกอบด้วยกลุ่มคนซึ่งรายได้ระดับกลางซึ่งมักจะมีตำแหน่งงานในระดับวิชาชีพชั้นสูง หรือผู้บริหารและหัวหน้างานในระดับช่างฝีมือ การท่องเที่ยวนับว่าเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศได้โดยไม่ต้องมีการส่งออก หรือ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นสินค้าส่งออกที่มองไม่เห็น (Invisible Export) ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะประเทศในโลกที่สาม หรือประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากไม่มีสินค้าเพียงพอที่จะส่งออก และมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยมาก ฉะนั้นจึงต้องพึ่งพิงรายได้ส่วนใหญ่ที่ได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาซื้อบริการภายในประเทศ เช่น สถานที่พัก ภัตตาคาร การจับจ่ายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก การใช้จ่ายเงินตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเพื่อสังคม

ในประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศด้วยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปยุโรป ได้จัดให้มีระบบการท่องเที่ยวเพื่อสังคม โดยรัฐ เป็นผู้ให้การสนับสนุนทางงบประมาณช่วยเหลือ มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือพลเมืองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำและผู้ที่ยังขาดโอกาสในสังคม คนพิการ เด็กกำพร้า เพื่อให้บุคคลเหล่านี้ได้หยุดพักผ่อนสนุกสนานเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีค่ายฤดูร้อน

ตามสวนสาธารณะ หรืออุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ระบบการท่องเที่ยวเพื่อสังคมในต่างประเทศที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งงบประมาณ ทางใดทางหนึ่ง จากรัฐหรือ องค์กรเอกชนในลักษณะ ต่อไปนี้

- การให้เงินสนับสนุน โดยทางตรงหรือทางอ้อม
- องค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีระบบการขนส่งของตัวเองและ หรือ มีเครือข่ายที่พักของบริษัท เสนอด้วยการลดราคาแก่กลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
- โครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่จัดตั้งขึ้น โดยรัฐบาล นายจ้าง สหภาพ หรือ องค์กรต่าง ๆ ทางสังคม
- การจัดเงินหรืองบประมาณช่วยเหลือในรูปของ โบนัส หรือเงินรางวัลสูงใจ โดยบริษัทหรือนายจ้างเพื่อการพักผ่อนวันหยุด
- การจัดงบประมาณช่วยเหลือในโครงการพักผ่อนวันหยุดสำหรับลูกจ้างและครอบครัว โดยรัฐบาลหรือนายจ้าง
- การจ่ายค่าเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยรัฐบาล นายจ้างหรือสหภาพ
- การลดราคาค่าโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวในวันหยุดเป็นพิเศษแก่กลุ่มพลเมืองที่ด้อยโอกาสทางสังคม ผู้สูงอายุหรือแม้แต่คนงาน ในช่วงวันหยุดพักผ่อนประจำปี
- การลดราคาห้องพักในโรงแรมระหว่างวันหยุดพิเศษตามฤดูกาล

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรืออาจเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Eco-tourism” ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษ อื่น ๆ ที่สำคัญแทน ได้แก่ “Natural Tourism” หรือ “Bio-tourism” หรือ “Green Tourism” แทน “Eco-tourism” ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็น การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมและอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2533) ได้ศึกษาสถานะการลงทุนของธุรกิจ การท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์สถานะการลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 4 ภาค และการศึกษาสภาพรูปแบบและลักษณะของธุรกิจ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจประเภทที่พักแรม ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร และสถานบันเทิงต่างๆ โดยใช้แหล่งข้อมูลจากเอกสารและสื่อมวลชน รวมถึงการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ผลการศึกษา สรุปเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในภาคเหนือ คือจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเข้ามาเที่ยวในตัวเมืองจะเข้าพักโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.9 แต่ถ้าเที่ยวในตัวอำเภอ ส่วนใหญ่จะพักในเกสต์เฮาส์ ทางด้านการใช้บริการด้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 63.74 ใช้บริการประเภทร้านอาหารคอฟฟี่ช็อป แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการ ใช้บริการร้านอาหารประเภทคอฟฟี่ช็อป คิดเป็นร้อยละ 20.30 ซึ่งน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนการซื้อของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการซื้อของที่ระลึกถึงร้อยละ 41.01 สำหรับข้อเสนอแนะนั้น นักท่องเที่ยวต้องการให้นักมัคควัฒนธรรมท้องถิ่นเอาไว้ และควรมีการปรับปรุงด้านการรักษาความสะอาด ส่วนการลงทุนนั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าปริมาณการลงทุนในด้านการขายบริการนักท่องเที่ยวนี้น่าจะมากเกินไปแล้ว ควรจะหันมาปรับปรุงคุณภาพมากกว่าการเพิ่มปริมาณ

เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช (2535) ทำการศึกษาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวกรณีมทกรรมไม้ดอกไม้ประดับ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือการศึกษาแบบแผนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่รองรับการท่องเที่ยว และศึกษาการระดมทุนระหว่างรัฐและเอกชน และสัดส่วนรายได้จากการจัดงานที่ตกแต่งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก เป็นการออกแบบ สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งสอบถาม 2 ช่วงคือ ช่วงที่จัดงานไม้ดอกไม้ประดับ 100 ตัวอย่าง และช่วงนอกเทศกาล 100ตัวอย่าง

และกลุ่มที่สองเลือกผู้ประกอบการตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 80 ราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีคำนวณหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบสัดส่วนร้อยละ และวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA)

การศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ประมาณ 1,668.33 บาทต่อวัน โดยค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด ค่ายานพาหนะเดินทางคิดเป็นร้อยละ 32.9 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าสินค้าที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสถานบันเทิงและค่าใช้จ่ายอื่น คิดเป็น ร้อยละ 23.4, 22.7, 16.1, 3.1 และ 1.8 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าเฉลี่ยใช้จ่ายต่อวัน เท่ากับ 1,902.11 บาท ค่าใช้จ่ายที่มากที่สุดคือ ค่าสินค้าที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 29.3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าที่พัก ค่ายานพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร และค่าสถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 24.5, 22.8, 15.4 และ 8.0 ตามลำดับ

การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยว โดยใช้ MCA นั้น ตัวแปรที่ใช้ ได้แก่ ตัวแปรทางด้านรายได้ และตัวแปรทางด้านประชากร ได้แก่ อายุ เพศ และอาชีพ ผลการศึกษาปรากฏว่า ตัวแปรอายุเป็นตัวแปรที่ไม่มีระดับความมั่นคงทางสถิติ ทั้งในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ รายได้ รองลงมา ได้แก่ เพศ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ต่อเดือนและเป็นเพศหญิง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ อาชีพและเพศ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจ หรือผู้บริหาร และเป็นเพศหญิง

สการินทร์ โปธิวาสวริน (2536) ทำการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับระดับประเทศโดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ และระดับประเทศปี พ.ศ 2535 จากการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศ 1 ล้านบาทในปี 2535 จะก่อให้เกิดรายได้โดยตรงแก่ประเทศ จำนวน 0.329 ล้านบาท และรายได้โดยทางอ้อม 1.402 ล้านบาทและรายได้ทั้งหมด 1.731 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศก่อให้เกิดรายได้ 1 ล้านบาทก่อให้เกิดรายได้โดยตรงแก่ประเทศ จำนวน 0.365 ล้านบาทและรายได้ทางอ้อม 1.421 ล้านบาท และรายได้ทั้งหมด 1.786 ล้านบาท

การใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ 1 ล้านบาทในปี 2535 จะก่อให้เกิดรายได้โดยตรง 0.293 ล้านบาท รายได้ทางอ้อม 1.331 ล้านบาท และรายได้ทั้งหมด 1.624 ล้านบาท ส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทย 1 ล้านบาท จะก่อให้เกิดรายได้โดยตรง 0.263 ล้านบาท รายได้โดยอ้อม 1.294 ล้านบาท และรายได้ทั้งหมด 1.557 ล้านบาท

สุรีย์ บุญญาบุหงศ์ (2539) ศึกษาผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรต่างๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยว การศึกษาใช้วิธีการสำรวจข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเอกสาร รายงานสถิติแผนที่ การสัมภาษณ์บุคคลที่เป็น key Informant ผลการศึกษาพบว่า ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นใน ชุมชนได้เกิดขึ้นอย่างช้าๆ ในช่วงเวลา 40 ปีที่ผ่านมา แต่ในช่วง 10 ปีก่อนหน้านี้การท่องเที่ยวเป็น ตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนอย่างรวดเร็ว การพัฒนาการคมนาคม การบริการสาธารณูปการต่างๆ รวมทั้งการบริการสังคมอื่นๆ ได้รับการสนับสนุนมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับ กิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนมากขึ้น มีการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมมากขึ้นประชากรในชุมชนที่มี กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีโอกาสและทางเลือกในการประกอบอาชีพและการศึกษาสูงขึ้น พร้อมๆกับค่าครองชีพที่ขยับตัวสูงขึ้น ขณะที่ชุมชนที่ไม่มีการท่องเที่ยวเข้าไปยังขาดโอกาสดังกล่าวอยู่มาก

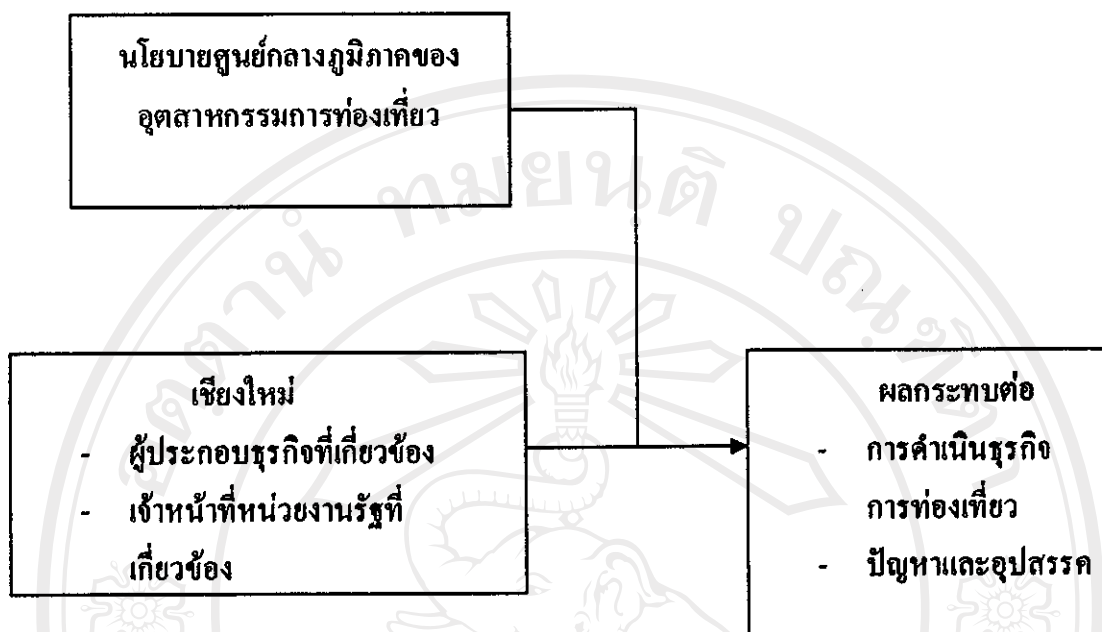
ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพและเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน อีกด้วยและการเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้ เป็นไปในทางลบมากกว่าทางบวก ซึ่งเป็นผลกระทบกลับมาสู่การขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านสังคมวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน อย่างไรก็ตาม ผลวิเคราะห์ได้พบว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น มิได้เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเพราะความอ่อนแอของวัฒนธรรมเองด้วย เนื่องจากประชาชนในท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรม ประเพณีของตนเอง ทำให้ไม่สามารถต้านกระแสของวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่เข้ามาได้ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ในระยะสั้นและระยะยาวของการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาได้เสนอมาตรการเพื่อการแก้ไข ประกอบด้วย การกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมในด้านกาให้บริการโดยเฉพาะบุคลากร การพัฒนา กิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว แก่ประชากรที่อยู่ในชุมชนที่ไม่มีการท่องเที่ยว อาทิ การส่งเสริมการผลิตสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น การสนับสนุนส่งเสริมให้มีความรู้เกี่ยวกับแก่นแท้ของวัฒนธรรม ประเพณีแก่คนในท้องถิ่น เพื่อความเข้มแข็งในวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชนในท้องถิ่น

พรทิพย์ เรียรธีรวิทย์ (2542) ศึกษาศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐาน

และตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง และศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เชียงใหม่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตลอดจนความสะดวกและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่าในประเด็นของความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่ขงนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้คะแนนสูงสุดกับอรรถาธิบายของคนเชียงใหม่ในเรื่องของความเป็นมิตร รองลงมาเป็นเรื่องของความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ความหลากหลายและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเห็นว่าอรรถาธิบายของคนเชียงใหม่มีผลต่อความดึงดูดใจต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่มากที่สุดเช่นเดียวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว แต่อันดับรองลงมาเป็นเรื่องของความมีชื่อเสียงของอาหารเชียงใหม่ วัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์พิเศษไม่เหมือนใครและความเก่าแก่ของสถานที่ประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวต่างประเทศประเมินการให้บริการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสถานที่พักแรม บริษัทนำเที่ยวและร้านอาหารของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในเกณฑ์ดี โดยคะแนนสูงสุดเป็นเรื่องความสุภาพของพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง รองลงมาคือการให้การต้อนรับที่อบอุ่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกสบายและความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป และเมื่อพิจารณาถึงการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวของรัฐ นักท่องเที่ยวพอใจกับการให้บริการของเครื่องบินมากที่สุดทั้งในเรื่องของความสะอาด ความเพียงพอในการให้บริการ ความเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นและประเทศเพื่อนบ้านและค่าบริการที่ได้มาตรฐาน อันดับรองลงมาเป็นเรื่องของพิธีการศุลกากรสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้ความพอใจกับการให้บริการของเครื่องบินมากที่สุดเช่นกัน รองลงมาเป็นเรื่องการให้บริการทางรถยนต์ และการสื่อสารโทรคมนาคมที่ได้มาตรฐาน ส่วนข้อที่ได้คะแนนต่ำที่สุดในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นว่าเชียงใหม่มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงอยู่แล้วเพียงแต่รัฐบาลของทุกประเทศจะต้องให้การส่งเสริมและร่วมมือกันอย่างจริงจังเพื่อที่จะได้มีการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกันและบรรลุผลที่ต้องการผู้ประกอบการเองก็จะต้องปรับตัวในด้านของการให้บริการทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้ คือ

3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาผลกระทบต่อกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ

1) ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดเชียงใหม่ทางด้าน
ประวัติศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากร วัฒนธรรม การปกครอง รวมทั้งโครงสร้างสังคมอื่นๆ
เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมและการท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

2) ข้อมูลเกี่ยวกับการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการบิน ศูนย์กลางด้านสุขภาพ
การท่องเที่ยว การค้า โดยได้ข้อมูลจากบทความในหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ จดสารการท่องเที่ยว

2. ข้อมูลปฐมภูมิ

ได้ทำการออกแบบสอบถาม เพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้
ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด โดยวิธีสุ่มตัวอย่างเป็น
แบบ Random Sampling เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คนโดยวิธี
สุ่มตัวอย่างเป็นแบบ Random Sampling

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
นโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

ส่วนที่ 3 การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยวต่อนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาบรรยายสรุป และจัดทำตารางสถิติ ร้อยละ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

สภาพทั่วไปและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

เมืองเชียงใหม่ หรือ “นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่” เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนา ไทยมาตั้งแต่พระยามังรายได้ทรงสร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ. 1839 ซึ่งมีอายุครบ 700 ปี ในปี พ.ศ. 2539 เชียงใหม่มีฐานะเป็นนครหลวงอิสระปกครองโดยกษัตริย์ราชวงศ์มังราย ประมาณ 216 ปี (ระหว่าง พ.ศ. 1839 – 2100) ในปี พ.ศ. 2101 เชียงใหม่ได้เสียเอกราชให้แก่กษัตริย์พม่าชื่อนุรจนองและได้ตกอยู่ภายใต้การปกครองของพม่านานร่วมสองร้อยปีจนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ได้ทรงช่วยเหลือล้านนาไทยภายใต้การนำของพระยาภาววิละ และพระยาจำบ้านในการทำสงครามขับไล่พม่าออกไปจากเชียงใหม่และเมืองเชียงแสนได้สำเร็จ พระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช สถาปนาพระยาภาววิละ ซึ่งเรียกว่า ตระกูลเจ้าเจ็ดคนปกครองเมืองเชียงใหม่ เมืองลำพูนและลำปางสืบต่อมาจนกระทั่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดให้ปฏิรูปการปกครองหัวเมืองประเทศราช ได้ยกเลิกการมีเมืองประเทศราชในภาคเหนือ จัดตั้งการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาลเรียกว่า มณฑลพายัพและเมื่อปี พ.ศ. 2476 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ปรับปรุงการปกครองเป็นแบบจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีฐานะเป็นจังหวัดมาจนถึงปัจจุบัน

4.1 สภาพทั่วไป

4.1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

จังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศ ตามพิกัดทางภูมิศาสตร์ระหว่างเส้นละติจูด 16-20 องศาเหนือ และเส้นลองจิจูด 98-99 องศาตะวันออก มีสภาพภูมิประเทศ ที่แตกต่างจากพื้นราบบริเวณแอ่งที่ราบเชียงใหม่ จนกระทั่งถึงยอดเขาสูงสุดของประเทศ (ดอยอินทนนท์) มีความหลากหลายเกี่ยวกับภูมิอากาศประจำวัน พืชพรรณธรรมชาติแนวเทือกเขาที่มีความหลากหลายของหินนาชนิด บางแห่งก่อให้เกิดแนวเทือกเขาสูง หินบางชนิดผุพังปรับสภาพเป็นถ้ำ เป็นหน้าผาสูงชันเกิดน้ำตกสวยงาม จังหวัดเชียงใหม่จะอยู่ลึกห่างจากทะเลเข้ามาในพื้นแผ่นดินมากกว่า 700 กิโลเมตร โดยมีขอบเขตของจังหวัดพิจารณากว้าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ

มีแนวเทือกเขาแดนลาว เป็นเส้นกั้นเขตแดนกับประเทศ

สหภาพพม่า

ทิศตะวันออก	มีแนวเทือกเขาผีปันน้ำกั้นเขตติดต่อ ระหว่างจังหวัดเชียงราย และลำปาง
ทิศตะวันตก	มีแนวเทือกเขาถนนธงชัยตอนกลาง และแนวเทือกเขาผีปันน้ำกั้นเขตแดนกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน
ทิศใต้	บางส่วนเป็นที่ราบต่อเนื่องกับจังหวัดลำพูน และบางส่วนของตอนเหนือของจังหวัดตาก

4.1.2 ลักษณะภูมิอากาศ

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 25.4 องศาเซลเซียส โดยมีค่าอุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 31.8 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 20.1 องศาเซลเซียสความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปี 72 %

สภาพภูมิอากาศจังหวัดเชียงใหม่อยู่ภายใต้อิทธิพลมรสุม 2 ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งภูมิอากาศออกได้เป็น 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูฝน	เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม จนถึงเดือนตุลาคม โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้
ฤดูหนาว	เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ไปจนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งพัดพาเอาความหนาวเย็นจากประเทศจีนลงมา
ฤดูร้อน	เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมฝ่ายใต้

4.1.3 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยภูเขาสูง แทรกสลับด้วยที่ราบแคบ ๆ ระหว่างภูเขาที่มีการแบ่งลักษณะภูมิประเทศตามลำดับความสูงเหนือระดับน้ำทะเล โดยพยายามอธิบายความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมหลาย ๆ ประการ โดยแบ่งออกเป็น 5 เขต หรือ 5 โซน ดังนี้

เขตที่ 1 ประกอบด้วยพื้นที่ต่ำกว่าระดับความสูง 400 เมตร (ความสูงดังกล่าวเปรียบเทียบกับจากระดับน้ำทะเลปานกลาง) ลักษณะภูมิประเทศในเขตนี้ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยที่ราบ และที่ราบลุ่มแม่น้ำ ของแม่น้ำสายต่าง ๆ เช่น แม่น้ำปิง แม่น้ำขาน ในเขตอำเภอสันป่าตอง น้ำแม่แจ่มในเขตอำเภอแม่แจ่มและน้ำฝาง ในเขตอำเภอฝาง เป็นต้น สภาพพื้นที่

ดังกล่าวเป็นบริเวณที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่นเป็นที่ตั้งของชุมชน อำเภอต่าง ๆ และตัวจังหวัด เชียงใหม่

เขตที่ 2 พื้นที่อยู่ระหว่างระดับความสูง 400 – 700 เมตร เป็นพื้นที่อยู่ในแนวติดต่อกันระหว่างที่ราบกับภูเขา บางคนเรียกพื้นที่ชายขอบ (Marginal lands) ในอดีตพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่สูง ๆ ต่ำ ๆ ลูกเนินเตี้ย และที่ราบเชิงเขา ที่มีไม้สัก (Tectona Grandis) ขึ้นโดยทั่วไป นับเป็นไม้ที่มีค่าในทางเศรษฐกิจ

เขตที่ 3 พื้นที่อยู่ระหว่างระดับความสูง 700 – 1,000 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล เหตุที่จัดแบ่งเขตออกมาจากระดับความสูงอื่น เนื่องจากช่วงความสูงดังกล่าว เป็นเขตที่ไม่มีตะกอนชั้นตามธรรมชาติ ได้แก่ สนสองใบ (Pinus merkusii) และสนสามใบ (Pinus Kesiya) บริเวณเขตป่าสนธรรมชาติ - ชาติดังกล่าวในเขตเชียงใหม่มีกระจายอยู่อย่างกว้างขวาง ทั้งในเขตอำเภอฮอด อมก๋อย แม่แจ่ม แม่แตง เชียงดาว และอำเภอฝาง ส่วนด้านตะวันออกมีอำเภอพร้าว และอำเภอคอยสะเก็ด

เขตที่ 4 เป็นพื้นที่อยู่ในระดับความสูง 1,000 – 1,400 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ลักษณะที่เป็นจุดเด่นของเขตนี้ คือมีอากาศค่อนข้างหนาวเย็นในฤดูหนาว และในอดีตเป็นเขตที่ชาวไทยภูเขาหลายกลุ่ม โดยเฉพาะเผ่าม้ง ลีซอ มูเซอ ใช้ปลูกฝิ่น ปัจจุบันการปลูกฝิ่น เป็นพืชที่ผิดกฎหมาย แต่มีการใช้ที่ดินปลูกพืช ผลไม้เมืองหนาวหลายชนิด กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของชาวไทยภูเขา

เขตที่ 5 เป็นพื้นที่เขตภูเขาสูง อยู่เหนือระดับความสูง 1,400 เมตร ขึ้นไปเป็นเขตที่มีอากาศหนาวเย็นในฤดูหนาว เนื่องจากเป็นเขตที่มีความชื้นสูง บางแห่งมีเมฆปกคลุม จึงไม่เหมาะสมสำหรับปลูกข้าวไร่ จะเห็นได้ว่าพื้นที่ในระดับสูงของเขต 5 จะไม่มีการใช้ประโยชน์ในการเกษตร เพราะอุณหภูมิต่ำ และความชื้นสูง เป็นข้อจำกัดในการปลูกข้าว เชียงใหม่มีคอยอินทนนท์ และคอยผ้าห่มปก เป็นบริเวณที่มีป่าดิบเขาปกคลุม โดยเฉพาะคอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดของประเทศไทย ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นิยมขึ้นไปท่องเที่ยว สัมผัสอากาศหนาวเย็น ชมทัศนียภาพและพืชพรรณไม้แปลก ๆ ปีละมาก ๆ

4.1.4 ลักษณะการปกครองประชากรและการศึกษา

การแบ่งเขตการปกครอง

จังหวัดเชียงใหม่แบ่งเขตการปกครองเป็น 22 อำเภอ กับอีก 2 กิ่งอำเภอ จำนวนตำบล 204 ตำบลและจำนวนหมู่บ้าน 1,828 หมู่บ้าน

ประชากร

จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,600,850 คน แยกเป็นชาย ร้อยละ 49.4 หญิง ร้อยละ 50.6 ณ เดือน ธันวาคม 2544 ความหนาแน่นเฉลี่ย 78 คน/ตร.กม. มีชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่กระจายทั่วไป รวมถึงชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ รวม 11 เผ่า ได้แก่ กระเหรี่ยง มูเซอ ม้ง ลีซอ ลัวะ ปะห่อง อาข่า (อีก้อ) เข่า จีนฮ่อ ไทยใหญ่ และอื่น ๆ (ได้แก่ คะฉิ่น และชนกลุ่มน้อยที่มีชาวไทยภูเขาอยู่ร่วมกันมากกว่า 1 เผ่า) และชาวไทยพื้นเมืองอีก 1 เผ่า

การศึกษา

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการศึกษาในเขตภาคเหนือตอนบน มีสถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล จนถึงระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน มีสถานศึกษารวมทั้งสิ้นในปี 2543 จำนวน 1,079 แห่ง ครู-อาจารย์ 18,380 คน และนักเรียน-นักศึกษา 339,568 คน

4.1.5 โครงสร้างเศรษฐกิจ

โครงสร้างเศรษฐกิจจังหวัดเชียงใหม่ แม้จะอาศัยการผลิตภาคเกษตรเป็นหลักโดยเฉพาะสาขาพืชผล มีพืชเศรษฐกิจสำคัญหลายชนิด เช่น ข้าว ไม้ยาสูบเวอร์จิเนีย ถั่วเหลือง กระเทียม หอมหัวใหญ่ ลำไย ลิ้นจี่ตลอดจนพืชผัก แต่ในช่วงที่ผ่านมาภาคเศรษฐกิจนอกการเกษตรเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ สำหรับอัตราการเจริญเติบโตของภาคเกษตรในช่วง 5 ปี (2533-2537) ขยายตัวร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 34,439 ล้านบาท เมื่อปีพ.ศ. 2533 เป็น 65,084 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2537 ในขณะที่ภาคนอกเกษตรมีอัตราเติบโตเฉลี่ยในช่วงเดียวกันร้อยละ 8.5 ต่อปี มีมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 29,009 ล้านบาท เมื่อปี พ.ศ. 2532 เป็น 58,541 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2537 และในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเป็น 80,503 ล้านบาท

สำหรับภาคนอกการเกษตร มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากสาขาบริการ อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และการก่อสร้างต่างขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก สาขาบริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเติบโตตามไปด้วย เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร การผลิตของที่ระลึก เป็นต้น สาขาอุตสาหกรรมก็ขยายตัวขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร เนื่องจากมีวัตถุดิบป้อนโรงงานอย่างเพียงพอ ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมาก เช่น อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (เซรามิค) อาหารกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมทั้งอุตสาหกรรมผลิตสินค้าหัตถกรรมก็มีความสำคัญเพิ่มขึ้นตามการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้น สาขาพาณิชยกรรม การค้าส่งค้าปลีกก็มีแนวโน้มเติบโตขึ้น เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและ

การเงิน และมีจำนวนประชากรมากที่สุดในภาคเหนือ ประกอบกับการค้าตามแนวชายแดนด้าน
อำเภอ เชียงดาวทั้งในและนอกระบบ สาขาการก่อสร้าง ขยายตัวขึ้นเพื่อตอบสนองการผลิตภาคอื่น ๆ
ที่เติบโตขึ้น

4.2 การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

4.2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

1) การคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่งในจังหวัดเชียงใหม่ นับว่ามีความสะดวกสบายมาก เนื่องจาก
จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการเดินทางคมนาคมขนส่งทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และทางอากาศกับ
จังหวัดในภูมิภาคอื่น ๆ รวมทั้งต่างประเทศด้วย

ก) การคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ของ
จังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจอย่างมากและสามารถใช้ได้ทุกฤดู โดยมีถนนพหลโยธิน
เป็นทางหลวงแผ่นดินสายหลักเชื่อมระหว่างภาคเหนือกับภาคกลาง และมีถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก
เชื่อมภาคเหนือกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนเส้นทางระหว่างจังหวัดภายในภาคเหนือก็สามารถ
ติดต่อได้ทั่วถึงกัน เส้นทางจากกรุงเทพฯ มีเส้นทางจากกรุงเทพฯ ไปเชียงใหม่อยู่ 2 เส้นทางหลักคือ

1. เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (สายเอเชีย) กรุงเทพฯ - อุรุยา-อ่างทอง-
นครสวรรค์- กำแพงเพชร-ตาก-เถิน-ลำพูน-เชียงใหม่ รวมระยะทางทั้งสิ้น 697 กิโลเมตร
2. เส้นทางหลวงหมายเลข 11 กรุงเทพฯ-อุรุยา-อ่างทอง-นครสวรรค์-
พิษณุโลก-แพร่-ลำปาง-เชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 713 กิโลเมตร

ข) การคมนาคมขนส่งทางรถไฟ การเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่โดยทาง
รถไฟ สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก โดยเริ่มต้นจากสถานีกรุงเทพฯ (หัวลำโพง)-อุรุยา-สระบุรี-
ลพบุรี-ชัยนาท-นครสวรรค์-พิจิตร-พิษณุโลก-อุตรดิตถ์-ลำปาง-ลำพูน-เชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งรถเร็ว
รถด่วนและรถสปรีนเตอร์ สัปดาห์ละประมาณ 42 เที่ยวไปกลับ และรถร่วมต้องขึ้นสัปดาห์ละ 7
เที่ยวไปกลับ ในปัจจุบันการเดินทางสู่จังหวัดเชียงใหม่ทางรถไฟนั้น สามารถรองรับได้ประมาณ
17,500 ที่นั่ง/สัปดาห์ และการเดินทางออกจากจังหวัดเชียงใหม่ทางรถไฟก็สามารถรองรับได้อีก
ประมาณ 17,500 ที่นั่ง/สัปดาห์

ค) การคมนาคมขนส่งทางอากาศ การเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ทางอากาศ
สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก เนื่องจากท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็นท่าอากาศยานนานาชาติที่มี
ขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากท่าอากาศยานดอนเมือง ปัจจุบันท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็น
ศูนย์กลางเส้นทางบินระยะสั้นเชื่อมโยงจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเหนือและระหว่างภาคเหนือกับภาค
อื่น ๆ รวมทั้งต่างประเทศ ท่าอากาศยานเชียงใหม่สามารถเชื่อมโยงทางการบินไปนครคุนหมิง

และเมืองเชียงรุ่ง ประเทศจีนตอนใต้ และเมืองหลวงพระบางประเทศลาว โดยรองรับผู้โดยสาร 3.2 ล้านคน ต่อปี มีอาคารคลังสินค้าสามารถรองรับสินค้าได้ 30,000 ตันต่อปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2544 มีผู้มาใช้ท่าอากาศยานเชียงใหม่จำนวน 2.3 ล้านคน เป็นผู้โดยสารในประเทศจำนวน 2.28 ล้านคน และเป็นผู้โดยสารระหว่างประเทศจำนวน 1.3 แสนคน

ตารางที่ 4.1 แอร์ไลน์ที่เปิดทำการบินเข้าเชียงใหม่

สายการบิน	เส้นทางการบิน	จำนวนเที่ยวบิน/สัปดาห์
แมนคาร์นิ	ไทเป – เชียงใหม่	2
ซิลค์แอร์	สิงคโปร์ – เชียงใหม่	4
ลาว	เวียงจันทน์-หลวงพระบาง-เชียงใหม่	3
มณฑลทะเลย์	ย่างกุ้ง – เชียงใหม่	2
	มณฑลทะเลย์ – เชียงใหม่	1
การบินไทย	จำนวน 8 เส้นทาง อาทิ	
	ไทเป – ฮองกง – เชียงใหม่	
	นาริตะ – กรุงเทพฯ – เชียงใหม่	126
	แฟรงก์เฟิร์ต – กรุงเทพฯ – เชียงใหม่	
	หลวงพระบาง – เชียงใหม่	
	ย่างกุ้ง – เชียงใหม่	
โอเรียนท์ไทย	เชียงใหม่ - ฮองกง	2
บางกอกแอร์เวย์ส	กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ - จีนฮอง	4
	กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ – ไซปัน	4
	กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ – ภูเก็ต	7
ภูเก็ตแอร์	เชียงใหม่ - เชียงราย	14
รวม		169

ที่มา: บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

ง) การคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง เป็นการเดินทางภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงด้วยรถยนต์โดยสารประจำทาง ซึ่งปัจจุบันมีเส้นทางสำคัญอยู่ 4 เส้นทาง คือ

1. เส้นทางบ่อสร้าง – สันกำแพง – ลำพูน – ผ่า – ท่าตอน ขึ้นรถที่สถานีขนส่งช้างเผือก

2. เส้นทางจอมทอง – หางดง – สันป่าตอง – สอด / คอยเต่า ขึ้นรถที่ท่ารถประจวบ
เชียงใหม่
3. เส้นทางไปแมริม ขึ้นรถบริเวณเขื่อนอนสาวรีย์ข้างเขื่อน
4. เส้นทางแมริม – แม่แดง – ลำพูน – ป่าซาง – สันทราย – พร้าว ขึ้นรถบริเวณตลาดคัน
ลำไย

2) การรักษาความปลอดภัย

เป็นการระวังดูแลป้องกันให้พื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความปลอดภัย
ทางร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สิน อันเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคน ซึ่งการ
รักษาความปลอดภัยของประชาชนอยู่ในความรับผิดชอบของกรมตำรวจ โดยจังหวัดเชียงใหม่
มีหน่วยงานของกรมตำรวจที่ดูแลรักษาความปลอดภัยอยู่ 2 หน่วยงาน คือ

1. กองกำกับการตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นตรงต่อตำรวจภูธรภาค 5
มีสถานีตำรวจภูธรในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 37 แห่ง มีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจประมาณ
4,200 กว่าคน

2. กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ตั้งของแผนก 8
กองกำกับการ 3 กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว มีหน้าที่ดูแลคุ้มครองความปลอดภัยให้แก่
นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง และลำพูน มีจุดตรวจอยู่ 3 แห่ง คือ ที่ท่าอากาศยาน
เชียงใหม่ ที่สถานีขนส่งอาเขต 2 และที่ไนท์บาร์ซ่า นอกจากนี้ก็มีสายตรวจและชุดปฏิบัติการ
ปัจจุบันนี้แผนก 8 กองกำกับการ 3 มีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจทั้งหมด 75 คน

3) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับ
ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและปลอดภัยอีกทั้งเป็นสิ่งจูงใจให้
นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนั้น อันประกอบด้วย ที่พักแรม
ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก และสถาบันการเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่ นับว่ามีสิ่ง
อำนวยความสะดวกและการบริการทางการท่องเที่ยวเพียงพอพร้อมมากสำหรับนักท่องเที่ยว

1. ที่พักแรม เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักค้างคืนชั่วคราว
ระหว่างการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีโรงแรมที่พักในระดับมาตรฐานในทุกระดับ ในปี พ.ศ. 2544 มี
สถานที่พักแรม 215 แห่ง จำนวนห้องพัก 13,615 ห้อง โดยมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 42.19 ต่อ
ปี เป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย 901,768 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
1,298,606 คิดเป็นร้อยละ 59

2. ร้านอาหาร เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารเพื่อบริการให้นักท่องเที่ยวถ้าหากเป็นภัตตาคาร มักจำหน่ายอาหารชนิดหรูหรา บางแห่งอาจมีดนตรีหรือรายการบันเทิงอื่น ๆ สำหรับจูงใจนักท่องเที่ยว ส่วนร้านอาหารธรรมดา มักจำหน่ายอาหารพื้น ๆ ซึ่งร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่จะมีจำนวนมากและได้มาตรฐานสำหรับบริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศโดยมีการจำหน่ายอาหารประเภทต่าง ๆ เช่น อาหารไทย อาหารจีน อาหารฝรั่ง อาหารญี่ปุ่น อาหารพื้นเมือง เป็นต้น

3. บริษัทนำเที่ยว เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว โดยให้บริการเกี่ยวกับการขนส่ง ที่พัก อาหาร ทัศนจร และมัคคุเทศก์ นอกจากนั้นยังให้บริการทำหนังสือเดินทาง วีซ่า แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทนำเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (1) บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการ จัดนำเที่ยว แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound tour) (2) บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการจัดนำเที่ยว แก่นักท่องเที่ยวไทยออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound tour) (3) บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการจัดนำเที่ยว เฉพาะนักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tour)

ปัจจุบันผู้ประกอบการด้านนี้มีประสบการณ์ สามารถรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตได้ โดยจังหวัดเชียงใหม่ มีธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียน 1,252 ราย บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภท inbound จำนวน 39 บริษัท และประเภท outbound จำนวน 29 บริษัท และบริษัทที่จัดนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน จำนวน 234 บริษัท เชียงใหม่มีมัคคุเทศก์ที่มาลงทะเบียนจำนวน 5,071 คน

4. ร้านขายของที่ระลึก เป็นร้านจำหน่ายสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน ไม่ว่าจะด้วยความมุ่งหมายเพื่อใช้สอยเองในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อเป็นของที่ระลึกไว้เตือนใจถึงถิ่นที่เคยไปเยือน หรือเพื่อเป็นของฝากญาติมิตร ในจังหวัดเชียงใหม่มีร้านค้าของที่ระลึกมากมาย

5. สถาบันการเงิน เป็นสถาบันที่บริการอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้นักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือปริมาณธุรกิจกรรมการเงินจึงขยายตัวในเกณฑ์สูง จึงมีสถาบันการเงินเปิดดำเนินการที่จังหวัดเชียงใหม่มากมายในปี พ.ศ. 2544 ธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 142 แห่ง (ไม่รวมธนาคารออมสิน) นอกจากนั้นยังมีธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอีกหลายแห่ง

6. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ปัจจุบันมีห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเกิดขึ้นอีกถึง 6 แห่ง คือ เซ็นทรัลพลาซ่าสวนแก้ว โรบินสันแอร์พอร์ต โลตัส แมคโคร บิ๊กซี และ

คาร์ฟู ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเหล่านี้มีขนาดใหญ่สามารถรองรับการใช้บริการของประชาชนได้เป็นจำนวนมาก ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าดังกล่าว มีศักยภาพค่อนข้างสูงในการดึงดูดให้มี ผู้เข้าไปท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่ อย่างน้อยที่สุดบุคคลที่คิดอยู่ว่าจะหาโอกาสไปท่องเที่ยวเชียงใหม่แต่ยังไม่ได้เดินทาง เมื่อมีห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า สามารถช่วยให้การตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ง่ายขึ้นเพราะนอกจากจะได้เที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ แล้วยังสามารถที่จะหาซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้อีกด้วย

4.3 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค

รัฐได้วางแผนการพัฒนาโครงการเร่งด่วนเพื่อเพิ่มศักยภาพตามนโยบายการให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคทั้งการบิน การท่องเที่ยว การค้า และการบริการทางด้านสาธารณสุข

1. เร่งรัดการดำเนินการขยายพื้นที่ของอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ และปรับปรุงห้องรับรองผู้โดยสารระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค หรือ HUB

2. การส่งเสริมให้มีสายการบินเข้ามาเดินทางมาเชียงใหม่ การเปิดเส้นทางใหม่ของการบินไทยจากเชียงใหม่ในหลายเส้นทาง อาทิ เชียงใหม่ – ยางกุ้ง, เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ – นาริตะไทเป – ฮองกง – เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ, กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ – กุ้ยหลิน, เชียงใหม่ – เวียงจันทน์, เชียงใหม่ – หลวงพระบาง ซึ่งจะทำให้มีเที่ยวบินเข้าและออกจากเชียงใหม่ในส่วนของการบินไทยไม่ต่ำกว่า 80 เที่ยวบินต่อสัปดาห์และเมื่อรวมกับสายการบินเอกชนอื่น ๆ รวมถึงชาร์เตอร์ไฟลด์ จะทำให้เชียงใหม่มีเที่ยวบินไม่ต่ำกว่าวันละ 100 เที่ยวบิน

3. การเร่งรัดให้จังหวัดเชียงใหม่รับผิดชอบการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและสาธารณสุข ไม่ว่าจะเป็นการโปรโมตจุดขายการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอย่างโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ ที่ได้จัดทำแผนการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทั้งน้ำตก ถ้ำ และวัฒนธรรม ใน 2 เส้นทาง คือ สายเหนือโปรโมตห้วยน้ำดังไปแม่ฝางขึ้นเชียงใหม่และสายใต้โปรโมตคอก อินทนนท์ไปออบหลวง (ล่องแก่ง) ต่อไปแม่น้ำปิง ที่จะครอบคลุมจุดขายของทั้งเชียงใหม่ ลำพูนและตาก การส่งเสริมทัวร์เกษตรในจังหวัด การจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งการตรวจสุขภาพของโรงพยาบาลต่าง ๆ การส่งเสริมเกษตรฯ รวมไปถึงการผลักดันให้มีระบบการขนส่งภายในจังหวัดเชื่อมโยงไปยังสถานที่สำคัญ ๆ

4. การเร่งรัดให้ททท.เดินหน้าในการทำโครงการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติที่เชียงใหม่ ทำแผนการท่องเที่ยวถนนคนเดินที่ทำแพ การจัดงานไทยแลนด์ ทราเวล มาร์ท และการส่งเสริม ตลาดการประชุมนานาชาติ

5. การประสานกับภาคเอกชนทั้งสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทำการเชิญผู้แทนจำหน่ายบัตรโดยสาร แทนบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ และ สื่อมวลชนจากต่างประเทศมาร่วมประชุมพร้อมทั้งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่จะทำให้การไปโรมด์ เชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการบินเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น

4.4 นโยบายและการพัฒนาศูนย์กลางการบินของภูมิภาค

4.4.1 นโยบายการเปิดเสรีการบินของไทย

1. การบินระหว่างประเทศ

- ส่งเสริมให้สายการบินขยายจำนวนเที่ยวบินที่ให้บริการต่อสัปดาห์ได้ตาม ความต้องการของตลาด เป็นผลทำให้มีสิทธิความจุความถี่ของสายการบินต่างประเทศเข้ามายัง ประเทศไทยเพิ่มขึ้น

- ดำเนินการเจรจาให้สายการบินที่กำหนดของต่างประเทศมีมากกว่าหนึ่งสาย การบิน

- ให้สายการบินต่างประเทศเลือกจุดแวะลงในประเทศไทยได้

- ให้กำหนดเพดานสิทธิความจุความถี่ไว้ให้สูงเพียงพอ เพื่อรองรับการขยาย เที่ยวบินตามแผนของสายการบินได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

- ผ่อนคลายกฎระเบียบให้สายการบินต่างประเทศสามารถรับขบวนผู้โดยสารพัก ค้างของตนเองได้ถึง 21 วัน

- กำหนดนโยบายให้สิทธิขนส่งการเจรจาตามเสรีภาพที่ 7 โดยขั้นแรกจะเปิด ให้บริการแก่เที่ยวบินขนส่งสินค้าอู่ตะเภาในโครงการ Global Transpark ก่อน

2. การบินภายในประเทศ

- ให้สายการบินเอกชนสามารถบินทับเส้นทางบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

- ให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สามารถถอนการบริการเส้นทางที่ เอกชนเข้าบริการแทนได้ โดยต้องมีจำนวนเที่ยวบินไม่น้อยกว่าที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการ

- กำหนดบินในเส้นทางหลักและหรือสายรอง จะต้องสรรกรารให้บริการในเส้นทางบินสายย่อยด้วย
- รัฐให้ความคุ้มครองสำหรับสายการบินที่เปิดเส้นทางบินใหม่เป็นระยะเวลา 5 ปี
- มีเป้าหมายที่จะให้มีการใช้สนามบินแต่ละแห่งอย่างน้อย 2 เที่ยวบิน / วัน
- กำหนดอัตราค่าโดยสารในประเทศตามระยะทาง เส้นทางบินสามารถแข่งขันกับการขนส่งทางถนนได้อย่างเหมาะสม

4.4.2 ศูนย์กลางการบินของภูมิภาค

1) ความหมายของศูนย์กลางการบิน

หมายถึง สถานที่ที่มีจำนวนเที่ยวบินขึ้น / ลงมาก และมีปริมาณคนโดยสาร / สินค้าผ่านและเข้า / ออกสูง โดยทั่วไปสามารถจำแนกออกได้เป็นหลายประเภท

1. ศูนย์กลางการบินขนาดใหญ่ (Major Hub)

สนามบินที่มีคนโดยสาร / สินค้าประเภทเดินทางผ่านเพื่อต่อเที่ยวบินไปยังจุดอื่น ๆ ในปริมาณที่สูงส่วนใหญ่มักเป็นสนามบินที่มีที่ตั้งภูมิศาสตร์เหมาะสมแก่การเป็นชุมทางของเที่ยวบินและการเดินทาง โดยทั่วไปมักจะมีสายการบินที่ให้บริการต่อไปยังเส้นทางระยะไกลมากกว่าหนึ่งสายการบิน

2. ศูนย์กลางการบินในภูมิภาค (Regional Hub) แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- ศูนย์กลางการบินในภูมิภาคของประเทศ เช่น ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการบินในภาคใต้ของไทย
- ศูนย์กลางการบินในภูมิภาคระดับระหว่างประเทศ เช่น กรุงเทพฯ เป็น

ศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3. Gateway: ประตูเชื่อมโครงข่ายการบินระหว่างภูมิภาค

4. Interline Hub: ศูนย์เปลี่ยนต่อเที่ยวบินระหว่างสายการบินหนึ่งไปยังสายการบินอื่นและกลับกัน

5. On-line Hub: ศูนย์เปลี่ยนต่อเที่ยวบินระหว่างเที่ยวบินต่าง ๆ ของสายการบินเดียวกัน

6. ศูนย์กลางบินขนส่งสินค้า (Cargo Hub) เป็นสถานที่ที่อำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้าต่อเที่ยวบินไปยังจุดต่าง ๆ

7. ศูนย์กลางการบินขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ (Postal Hub หรือ Mail Hub) เป็นสถานที่ที่อำนวยความสะดวกแก่การขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ผ่านต่อเที่ยวบินไปยังจุดต่าง ๆ

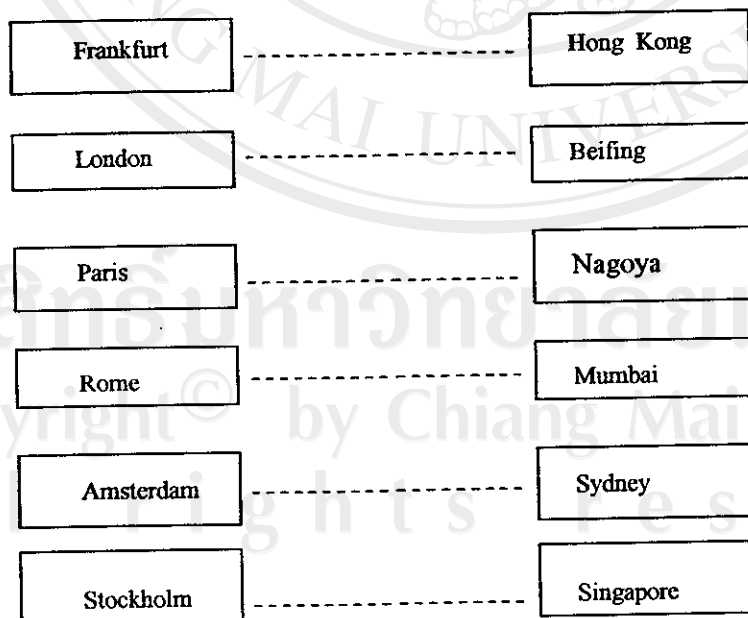
8. ศูนย์กลางการขนส่งหลายรูปแบบ (Intermodal Hub หรือ Multi-modal Hub) เป็นสถานที่ที่อำนวยความสะดวกแก่การขนส่งต่อเนื่องจากการขนส่งรูปแบบหนึ่ง ไปยังการขนส่งรูปแบบอื่น ๆ และกลับกัน

2) ความหมายของ Aviation Hub

คำว่า Hub ในทางการคมนาคมขนส่งทางอากาศ จะหมายถึงการเป็นศูนย์กลางของเส้นทางการบิน ส่วน Spoke เป็นเส้นทางการบินจากศูนย์กลางไปสู่สนามบินอื่นที่ล้อมรอบอยู่ ซึ่งมาจากคำเต็มในภาษาอังกฤษว่า “Hub – and – Spoke” แปลว่า “ซี่ล้อรถ” ซึ่งก็เหมือนกับวงล้อที่มีซี่ล้อวิ่งออกจากศูนย์กลางออกไปยังขอบล้อ ระบบ Hub – and – Spoke นี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกโดยสายการบิน American Airlines และต่อมาสายการบินอื่น ๆ ก็ได้นิยมใช้ตามกันมา นอกจากนี้แนวคิด Hub – and – Spoke ยังได้มีการใช้ในการบริการของสายเดินเรือขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมขนส่งทางทะเลอีกด้วย

3) เครือข่ายแบบจุดศูนย์กลางและซี่ล้อ (Hub – and – Spoke Network)

การจัดเครือข่ายแบบจุดศูนย์กลางและซี่ล้อ มีลักษณะที่เส้นทางการบินแผ่กระจายออกจากเมืองที่เป็นจุดศูนย์กลางไปยังสนามบินที่ตั้งอยู่ล้อมรอบ การจัดเครือข่ายเช่นนี้มีข้อได้เปรียบคือ เมื่อมีการควบคุมจำนวนเมืองที่สายการบินให้บริการผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งมากกว่าการที่สายการบินจะทำการบินตรงระหว่างเมืองต่อเมืองโดยไม่ผ่าน Hub (แสดงในภาพที่ 4.1) เช่น หากทำการบินไปยัง 12 เมือง ก็จะทำให้บริการผู้โดยสารได้เพียง 6 เส้นทางเท่านั้น



ที่มา: ภาสกร จันทน์พยอม (2546)

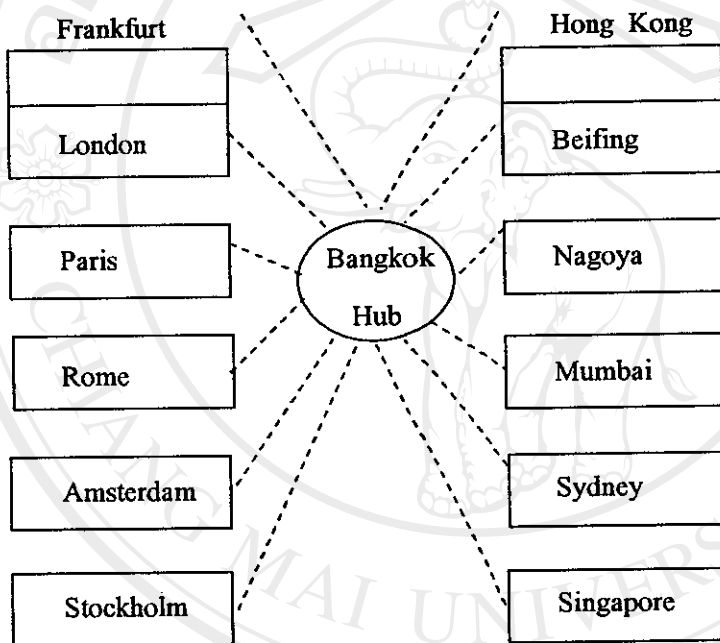
ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างเส้นทางการบินตรงระหว่างเมืองต่อเมือง 6 เส้นทาง

แต่หากสายการบินผ่าน Hub จะทำให้จำนวนเส้นทางบินที่ผู้โดยสารสามารถเลือกเดินทางได้เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ โดยมีหลักการคำนวณจำนวนเส้นทางที่ผู้โดยสารสามารถเลือกเดินทางได้ ดังนี้

หาก n เป็นจำนวนเมืองหรือสนามบินที่อยู่ล้อมรอบ Hub (Spoke Airports) ที่สายการบินทำการบิน

จำนวนเส้นทางบินที่ผู้โดยสารสามารถจะเลือกเดินทางได้จะเท่ากับ $n(n+1)/2$

ตัวอย่างเช่น หากมีสนามบินที่ตั้งอยู่ที่เมืองล้อมรอบสนามบินที่เป็น Hub จำนวน 12 แห่ง สายการบินจะสามารถให้บริการและผู้โดยสารสามารถเลือกเส้นทางในการเดินทางได้ถึง 78 เส้นทาง (แสดงในภาพที่ 4.2)

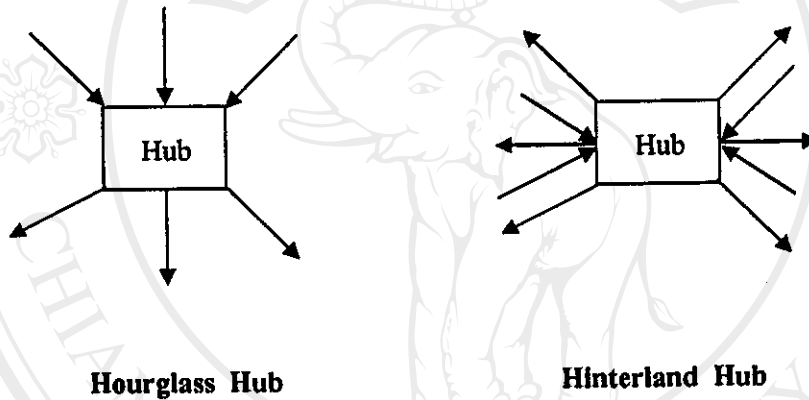


ที่มา: กาสกร จันทน์พยอม (2546)

ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างเครือข่ายทางการบินแบบจุดศูนย์กลางและซี่ล้อ (Hub - and - Spoke) จำนวน 78 เส้นทางโดยมีกรุงเทพฯ เป็น Hub

การจัดเครือข่ายแบบ Hub - and - Spoke ที่นิยมใช้กันในอุตสาหกรรมการบินจะมีอยู่ 2 ลักษณะ ได้แก่ แบบ Hourglass Hub และแบบ Hinterland Hub (แสดงในภาพที่ 4.3) อย่างไรก็ตามหากมีการให้บริการการบินระหว่างประเทศร่วมด้วยทั้ง 2 ลักษณะ จำเป็นจะต้องได้รับความยินยอมและทำการตกลงในเรื่องเสรีภาพทางอากาศจากรัฐบาลของแต่ละประเทศที่จะทำการบินไปด้วย

Hourglass Hub	Hinterland Hub
เป็นลักษณะที่เครื่องบินจะบินออกจากจุดหนึ่ง	เป็นลักษณะที่เครื่องบินทำการบินระยะไกลเพื่อ
ไปรวมยังจุดศูนย์กลางหรือสนามบินที่เป็น Hub	ป้อนให้กับเส้นทางบินระยะไกล ทิศทางจะ
และกระจายไปยังจุดอื่น ๆ ที่มีทิศทางตรงกัน	กระจายออกจากบริเวณจุดศูนย์กลางหรือสนามบิน
ข้าม ในการจัดเช่นนี้สายการบินมักจะใช้เครื่อง	บินที่เป็น Hub ออกไปโดยรอบในหลายทิศทาง
บินสำเคิมในการทำการบิน	การจัดเช่นนี้มักต้องมีการเปลี่ยนเครื่องบินภายใน
	ในประเทศหรือภายในภูมิภาคก่อนที่ Hub เพื่อ
	ต่อเครื่องบินที่ทำการบินพิสัยไกลไปยังจุดหมาย
	ปลายทางสุดท้ายต่อไป



ที่มา: ปรับปรุงจาก Hanlon, 2000:86

ภาพที่ 4.3 การจัดเครือข่ายทางการบินแบบ Hub - and - Spoke ในลักษณะ Hourglass Hub และ Hinterland Hub

4) ข้อดีและข้อเสียของเครือข่ายแบบ Hub - and - Spoke

การนำเครือข่ายแบบ Hub - and - Spoke มาใช้มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่ควรพิจารณา ดังนี้

ข้อดี

1. ข้อดีต่อท้องถิ่น

การพัฒนาสนามบินใดให้เป็น Hub เช่นที่รัฐบาลมีแนวคิดที่จะให้เชียงใหม่เป็นสนามบิน Hub และเป็นศูนย์กลางการบินทางภาคเหนือ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่นในแง่รายได้จากการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น การเพิ่มการใช้ถ่ายทั่วไปในท้องถิ่นจากจำนวน

ผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น การดึงดูดทางการท่องเที่ยว การประชุม และการลงทุนในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ

2. ข้อดีต่อสนามบินระดับรองในท้องถิ่น

เครือข่ายการบินแบบ Hub - and - Spoke จะช่วยเส้นทางบินระดับรอง (Secondary Route) ในท้องถิ่นที่มีจำนวนผู้โดยสารน้อย โดยนำผู้โดยสารมาป้อนให้กับสนามบิน Hub ซึ่งเป็นจุดรวมที่ผู้โดยสารมาต่อเครื่องบินเพื่อเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป รัฐบาลมองว่าเดิมเชียงใหม่เป็นสนามบินระดับรองในท้องถิ่นซึ่งเป็นรองจากสนามบินคอนเมือง จึงต้องการเพิ่มบทบาททางการบินและศักยภาพที่มีอยู่ของสนามบินเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการบินภาคเหนือและอนุภาคกลุ่มน้ำโขง ซึ่งก็จะทำให้สายการบินต่าง ๆ บินลงมาเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้สนามบินเชียงใหม่มีบทบาทมากขึ้น โดยผู้โดยสารสามารถบินเชื่อมเส้นทางจากเชียงใหม่ไปยังเมืองอื่น ได้สะดวกมากขึ้น

3. ข้อดีต่อสายการบิน

การจัดเครือข่ายการบินแบบ Hub - and - Spoke จะช่วยลดค่าใช้จ่ายของสายการบินที่บินตรงระหว่างสนามบิน 2 แห่งที่มีผู้โดยสารไม่มากโดยไม่หยุดแวะพัก (Non-stop) ซึ่งหากมีสนามบินที่เป็น Hub ก็จะทำให้สายการบินมีจำนวนผู้โดยสารมากขึ้น เนื่องจากผู้โดยสารต้องมาทำการเปลี่ยนเครื่องบินที่สนามบิน Hub เพื่อเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งแนวคิดนี้จะช่วยให้สายการบินมีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่าการจัดเส้นทางบินตรงระหว่าง 2 สนามบินแบบไม่หยุดแวะพักและยังสามารถบินไปยังเมืองต่าง ๆ ได้มากกว่าเนื่องจากใช้จำนวนเครื่องบินในการทำการบินน้อยกว่า

4. ข้อดีต่อผู้โดยสาร

ที่สนามบินที่เป็น Hub ผู้โดยสารมีโอกาสเลือกเดินทางกับสายการบินที่ตนเองต้องการใช้บริการได้มากกว่า โดยไม่ต้องทนเดินทางไปกับสายการบินที่ไม่ชอบตลอดเส้นทางเนื่องจากที่สนามบินที่เป็น Hub จะมีหลากหลายสายการบินที่ให้ผู้โดยสารสามารถเลือกใช้บริการได้มากกว่าสนามบินที่ไม่ใช่ Hub นอกจากนี้ ยังมีโอกาสเลือกจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไปได้มากกว่า

ข้อเสีย

1. ข้อเสียต่อสนามบิน

- จะมีความคับคั่งของเที่ยวสนามบิน ซึ่งมีผลทำให้เครื่องบินล่าช้าเสียเวลา(Delay)

สายการบินส่วนใหญ่ต่างก็ต้องการออกบินในเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้เดินทางส่วนใหญ่ เช่น ช่วงเช้าเวลา 8.00 น. ซึ่งเครื่องบินมักจะเต็ม แต่สนามบินก็มีความสามารถจัดการให้เครื่องออกได้

ประมาณ 8 เที่ยวบินภายในเวลาประมาณ 40 นาทีเท่านั้น การล่าช้าที่เรียกว่า “Push – Back Time” ก็อาจเกิดขึ้นจนเกิดการค้างเครื่องทำงานของสนามบินได้

- จะมีปัญหาในเรื่องของความหนาแน่นของการให้บริการทางวิ่ง (Runway) ทางขับ (Taxiway) ดานจอดเครื่องบิน (Apron) อาคารผู้โดยสาร (Terminal) และการให้บริการขนถ่ายกระเป๋าสัมภาระของผู้โดยสารที่อาจเกิดความล่าช้าและผิดพลาดได้ซึ่งเท่ากับเป็นการลดประสิทธิภาพของการให้บริการและอำนวยความสะดวกของสนามบินต่อสายการบินต่าง ๆ และผู้โดยสารที่มาใช้บริการ

2. ข้อเสียต่อสายการบิน

- ในเรื่องของการตรงต่อเวลา หากเครื่องบินใดมาถึงสนามบินที่เป็น Hub ล่าช้าก็จะมีผลทำให้เที่ยวบินอื่นอีกหลายเที่ยวบินที่รออยู่ล่าช้าไปด้วย เนื่องจากต้องรอผู้โดยสารที่เดินทางมากับเที่ยวบินที่ล่าช้าเพื่อจะเปลี่ยนเครื่องเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป นอกจากนี้ สายการบินเองก็รอใช้เครื่องบินที่จะมาล่าช้าเพื่อทำการบิน ในเที่ยวบินอื่นต่อไปด้วย

- ความล่าช้าจะเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อสายการบินโดยเฉพาะสนามบินที่เป็น Hub ซึ่งมีเที่ยวบินเข้าออกจำนวนมาก เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับจอดเครื่องบินจำนวนหลายลำที่สนามบิน ขณะรอเวลาที่เครื่องจะออก นอกจากนี้หากมีการล่าช้ามากสายการบิน ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการนำผู้โดยสารจำนวนมากเข้าพักที่โรงแรมและจ่ายค่าอาหาร ซึ่งบางครั้งอาจยังมีค่าใช้จ่ายที่ให้ผู้โดยสารเป็นกรณีพิเศษซึ่งก็แล้วแต่สายการบิน เช่น ค่าโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศ ค่าชักรีด เป็นต้น

- ที่สนามบินที่เป็น Hub การล่าช้าของเที่ยวบินจะมีผลเสียต่อสายการบิน ในเรื่องค่าใช้จ่ายและการจัดการการปฏิบัติงานของนักบินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอย่างมาก ซึ่งตามหลักปฏิบัติสากลจะมีการจำกัดชั่วโมงการปฏิบัติงานในแต่ละวันของพนักงานดังกล่าว หากถูกเรือเตรียมรอปฏิบัติงาน (Stand by) อยู่ที่สนามบินหรือบนเครื่องบินที่จอดรออยู่ที่สนามบินเพื่อรอการบินเป็นเวลานานจนหมดเวลาไม่สามารถปฏิบัติงานบนเครื่องบินได้ สายการบินก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งให้กับพนักงานเหล่านี้และต้องเสียแรงงานของพนักงาน (Manpower) ที่สามารถปฏิบัติงานได้ในวันนั้นไป โดยจะต้องทากระเรียกนักบินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสำรองชุดใหม่เพื่อมาปฏิบัติหน้าที่แทนต่อไป

- ทำให้เกิดความสิ้นเปลืองในการจ้างช่าง และวิศวกรซ่อมบำรุงเครื่องบินประจำสนามบินอื่นที่ล้อมรอบ (Spoke Airports) จำนวนมาก เนื่องจากสนามบินดังกล่าวบางแห่งอาจเป็นสนามบินที่มีขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนเที่ยวบินเข้า – ออกของสายการบินต่าง ๆ ไม่มากในแต่ละสัปดาห์ บางแห่งก็ไม่มีช่างและวิศวกรที่สามารถซ่อมบำรุงเครื่องบินแบบที่สายการบินทำการบินไปยังสนามบินนั้น ๆ ได้จึงเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและใช้แรงงานไม่คุ้มค่า

3. ข้อเสียต่อผู้โดยสาร

ผู้โดยสารต้องเสียเวลาในการเปลี่ยนเครื่องหรือต้องเสียเวลารอให้ผู้โดยสารที่จะขึ้นมาใหม่จากสนามบิน Hub ขึ้นเครื่องก่อนออกเดินทางต่อไป

4. ข้อเสียต่อสายการบินและผู้โดยสาร

- เมื่อเครื่องบินเข้ามาที่สนามบินที่เป็น Hub ล่าช้า ทำให้การตรวจเช็คเครื่องบินและการทำความสะอาดก็เป็นไปอย่างเร่งรีบ เพื่อให้เครื่องบินสามารถออกเดินทางได้ทันเวลาโดยเร็วที่สุด ซึ่งอาจจะมีผลต่อความปลอดภัย

- หากอากาศที่สนามบินที่เป็น Hub ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการบินและไม่สามารถทำการบินขึ้นลงที่สนามบินได้ ก็จะทำให้เกิดการล่าช้าของเที่ยวบินหรือยกเลิกเที่ยวบินเป็นจำนวนมาก ผู้โดยสารที่ต้องการเดินทางออกจากสนามบินที่เป็น Hub เพื่อไปยังจุดหมายปลายทางอื่น จำนวนหลายเที่ยวบินก็จะเดินทางต่อไปไม่ได้หรือไปถึงไม่ทันตามกำหนด นอกจากนี้ผู้โดยสารที่เดินทางมาจากสนามบินที่อยู่ล้อมรอบ Hub หลายเที่ยวบินที่มาเปลี่ยนเครื่องที่สนามบิน Hub ก็ไม่สามารถเดินทางมาถึงได้ทันตามกำหนด

5. ข้อเสียต่อสายการบินและสนามบิน

ความล่าช้าของเที่ยวบินที่สนามบิน Hub จะทำให้เกิดความยุ่งยากในเรื่องการจัดเวลาการใช้ทางวิ่ง (Runway slot) และการจัดเวลาการใช้อาคารผู้โดยสาร (Terminal Slot) ซึ่งก็จะมีผลกระทบต่อการบินขึ้นลงของเครื่องบินด้วย

4.5 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว

4.5.1 ด้านการค้าและการลงทุน

สภาหอการค้าฯ มีแผนที่จะร่วมมือกับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับความเป็นศูนย์กลางการบินโดย

1. จะผลักดันให้มีการจัดตั้งวันสต็อปเซ็นเตอร์ ทั้งที่เชียงใหม่และจิดตะกองเพื่อใช้เป็นศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการลงทุนอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว รวมถึงการต่อวีซ่าที่จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนทำงานร่วมกัน

2. การผลักดันให้มีศูนย์กลางค้าเสื้อผ้าเช่นเดียวกับตลาดโบ๊เบ๊ในกรุงเทพฯ โดยจะมีการติดต่อนักธุรกิจจากกรุงเทพฯ ให้ขยายธุรกิจมาลงทุนที่เชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันมีพ่อค้ารายย่อยจากกรุงเทพฯ เดินทางมาซื้อเสื้อผ้าที่กรุงเทพฯ ไปขายเป็นจำนวนมาก

3. การเข้าไปเปิดตลาดผลไม้ไทยในบังกาลเทศโดยเฉพาะลำไยเพื่อให้มีการส่งออกผลไม้ไทยไปขายเพิ่มมากขึ้น

4. ร่วมมือกับสถานศึกษานานาชาติและสถานพยาบาลต่าง ๆ ออกไปโรคโง้วแนะนำบริการและพัฒนาศักยภาพของธุรกิจเพื่อรองรับความต้องการของตลาดบังกาลเทศเพราะในปัจจุบันมีชาวบังกาลเทศเดินทางไปตรวจสอบสุขภาพปีละประมาณ 2 หมื่นคน ที่จังหวัดเชียงใหม่สามารถดึงให้เข้ามาเช็คสุขภาพได้

นอกจากนี้จากการที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ก็ได้เกิดกระแสการลงทุนทางด้านธุรกิจโรงแรม เข้าไปในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก และเกิดจากการที่รัฐบาลได้สนับสนุนพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค และจะเป็นตัวผลักดันให้เปิดเส้นทางบิน ตลอดจนน่านกท้องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุที่กลุ่มเซ่นโรงแรมชื่อดังจากต่างประเทศได้เข้ามาลงทุนสร้างโรงแรมและรีสอร์ทห้าดาวในจังหวัดเชียงใหม่พร้อม ๆ กันเป็นจำนวนมาก เช่น โรงแรมต่างประเทศที่จะเข้าไปเปิดบริการในเชียงใหม่

- | | |
|--------------------------|-------------------------------------|
| 1. เซอรัดัน | บริหารแทนเวสทินเชียงใหม่ |
| 2. โฟร์ซีชัน | บริหารแทนเคอริเจนท์เชียงใหม่ |
| 3. แชนกรีลา | ซื้อที่ดิน ถนนช้างคลาน |
| 4. อมันบุรี | ซื้อที่ดินริมบึง ย่านถนนเจริญประเทศ |
| 5. บันชนันท์ | ซื้อที่ดิน อำเภอสะเมิง |
| 6. โอเรียนเต็ลซื้อที่ดิน | อำเภอสันกำแพง |
| 7. ฮิลตัน | สำรวจที่ดิน อำเภอแม่แตง |
| 8. เรดิสัน | สำรวจที่ดิน อำเภอแมริม |

ที่มา: หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 29 กรกฎาคม 2546: 1.

4.5.2 ด้านการท่องเที่ยว

โครงการตามกรอบยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในปี 2547-2549 ได้ประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผลักดันงบประมาณแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และประเพณีท้องถิ่นเชียงใหม่จำนวน 8 โครงการ ประกอบด้วย

1. โครงการมหรหรรพ์ไม้คอกไม้ประดับ
2. โครงการกิจกรรมในหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่
3. โครงการการพัฒนาให้บริการหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่

- 4.โครงการหอประวัติหอประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่
- 5.โครงการพิพิธภัณฑ์ศิลปะล้านนา
- 6.โครงการประเพณีเดือนยี่เป็งเชียงใหม่
- 7.โครงการงานประเพณีสงกรานต์ (ปีใหม่เมือง)
- 8.โครงการก่อสร้างปรับปรุงพื้นที่ท่าอากาศยานหญิงเดิมเป็นสวนสาธารณะช่วงกลางเวียง

นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญ เช่น การอนุรักษ์และพัฒนาเมืองประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม โครงการถนนวัฒนธรรมสันกำแพงแหล่งภูมิปัญญาล้านนา โครงการส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่ม 5 เชียง คือ เชียงใหม่ เชียงราย เชียงตุง เชียงรุ้ง และเชียงของ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และล่องสเคย์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งผลิตสินค้าโอท็อป

ทั้งนี้เชียงใหม่จะเป็นจังหวัดสำคัญที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยว เพื่อเป็นพลังดึงดูดใหม่ จากทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งภายในกลุ่มจังหวัดและเชื่อมโยงกับประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

ด้านจังหวัดเชียงใหม่ เตรียมเสนอพื้นที่การพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว และหมู่บ้านโอท็อป ซึ่งถือเป็นจังหวัดนาร่อง ใน 3 จุดคือบ้านบ่อสร้างในอำเภอสันกำแพงนั้น จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยปรับปรุงภูมิทัศน์และทางเข้าวัดพระนอน การสร้างห้องน้ำและร้านอาหารโดยใช้งบ 10 ล้านบาทและการพัฒนาเมืองโบราณเวียงกุมกามโดยพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ใช้งบ 25 ล้านบาท

ส่วนของหมู่บ้านโอท็อปจะชูหมู่บ้านถวายเป็นมา ซึ่งเป็นศูนย์กลางหัตถกรรมแกะสลักไม้ใหญ่ที่สุดของประเทศ มีสินค้าหลากหลายเช่นไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ไม้ เครื่องปั้นดินเผา และยังมีโรงงานผลิตไม้แกะสลักรวมทั้งมีบ้านพักอาศัยที่มีอุตสาหกรรมแกะสลักในครัวเรือนที่มองเห็นได้จากภายนอก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เห็นกรรมวิธีต่าง ๆ

ในการพัฒนาหมู่บ้านถวายเป็นมาให้อำเภอหางดง ให้เป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยวนั้น ตามแผนที่นำเสนอประกอบด้วย การปรับปรุงภูมิทัศน์ สร้างทางสัญจรทางเท้า ทำป้ายบอกทาง พัฒนาลานจอดรถ สร้างห้องน้ำ จัดทำร้านอาหาร สร้างพื้นที่สาธิตและพัฒนาทักษะการนำเสนอของผู้สาธิต สร้างความเชื่อมโยงกับธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นต้น

ทั้งนี้เมื่อพัฒนาทั้ง 3 จุด จะสามารถเป็นกรณีตัวอย่างของการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะ Intra-city ในเส้นทางเวียงกุมกาม - บ้านถวาย - บ้านบ่อสร้าง ทั้งนี้ในการเชื่อมโยง และสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น จะช่วยเพิ่มการใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวได้ต่อไป

ทั้งนี้ในอนาคตการเชื่อมโยงของหมู่บ้านท่องเที่ยว และโอท็อปจะกลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ในลักษณะวัน-เดย์-ทัวร์หรือท่องเที่ยวในวันเดียว ที่จะเป็นกรณีตัวอย่างในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยการเดินทางจากเวียงกุมกามไปยังบ้านถวายเป็นเวลาประมาณ 20-25 นาทีจากบ้านถวายไปบ้านบ่อสร้างใช้เวลา 30-35 นาที เป็นต้น

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ถือว่า มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น เพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด และพำนักนานที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ

4.6 นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ

4.6.1 ภาพรวมการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

1. ภาพรวมธุรกิจบริการสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

การบริการสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ มีองค์ประกอบหลัก 3 กลุ่ม คือ (1) การบริการทางการแพทย์และทันตกรรม (2) การบริการสุขภาพด้านสปา นวดแผนไทย และการทำนักระยะยาว และ (3) ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านสมุนไพรและอาหารเสริม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพจึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางพัฒนาทุกองค์ประกอบไปพร้อมกัน

1.1 บริการด้านการแพทย์และทันตกรรม

จังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีโรงพยาบาลรัฐขนาดใหญ่ในเขตเมือง 2 แห่ง และมีโรงพยาบาลเอกชน 14 แห่ง โดยศักยภาพของโรงพยาบาลรัฐมีเตียงทั้งสิ้น 1,983 เตียง เอกชนมีเตียงทั้งสิ้น 2,250 เตียงในปัจจุบันศักยภาพของโรงพยาบาลรัฐมีอัตราการใช้ประโยชน์เกือบเต็มศักยภาพ ส่วนโรงพยาบาลเอกชนมีอัตราการใช้ประโยชน์ประมาณร้อยละ 50 ซึ่งเหลือศักยภาพที่จะให้บริการได้อีกถึงร้อยละ 50

ทางด้านคลินิกทันตกรรมมีถึง 77 แห่ง ศักยภาพในการรักษาทางทันตกรรม คิดเป็น 65,000 ชั่วโมงต่อเดือน ซึ่งในปัจจุบันใช้ศักยภาพเพียง 30,000 ชั่วโมงต่อเดือนหรือมีศักยภาพเหลือประมาณร้อยละ 50

ด้านบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีแพทย์ทั้งสิ้นประมาณ 700 คนและเป็นแพทย์เฉพาะทางด้านต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่นแพทย์ทางด้านหัวใจ แพทย์ทางด้านสมอง เป็นต้น ทันตแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนทั้ง 100 คน บุคลากรที่เกี่ยวข้องทางการบริการทางการแพทย์ประกอบด้วย พยาบาล เกษัชกร นักเทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด นักรังสีวิทยา ซึ่งบุคลากรเหล่านี้มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างพร้อมเพียง

จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศซึ่งสามารถรองรับการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้ป่วยได้อย่างครอบคลุมทุกโรคได้เครื่องมือทางการแพทย์ที่สำคัญได้แก่ MRI 2 เครื่อง Spiral CT 4 เครื่อง CT Scan 8 เครื่อง เครื่องขยายหลอดเลือดหัวใจ 2 เครื่อง Heart Lung Machine สำหรับผ่าตัด Open heart 2 เครื่อง อุปกรณ์ผ่าตัดสมอง 16 โรงพยาบาล เครื่องมือรังสีรักษา นอกจากนี้ยังมีการวิจัยและพัฒนาทางการแพทย์เนื่องจากมีคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาความรู้และเทคโนโลยีทางการแพทย์ นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์อีก 1 แห่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้มาใช้บริการด้านการแพทย์ที่เป็นชาวต่างประเทศ จากข้อมูลการให้บริการด้านการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีศักยภาพในการให้บริการในปี 2545 เป็นชาวต่างประเทศ แบบผู้ป่วยนอก (OPD) 42,498 คน และแบบผู้ป่วยใน (IPD) 4,660 คน ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าการให้บริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างประเทศ ประมาณ 120 ล้านบาทต่อปี

1.2 การบริการด้านสปาและการนวดเพื่อสุขภาพ

ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากรายงานการสำรวจสถานการณ์ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อปลายปี 2546 พบว่ามีสถานประกอบการสปาในเชียงใหม่ ประมาณ 30 แห่ง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ Day SPA 20 แห่งคิดเป็นร้อยละ 67 Hotel & Resort SPA 9 แห่ง ร้อยละ 30 และ Medical SPA 1 แห่งคิดเป็นร้อยละ 3 สถานประกอบการ สปาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นอำเภอแมริม และหางดง คิดเป็นร้อยละ 17 และ 14 ตามลำดับ สปาส่วนใหญ่เปิดดำเนินการในช่วงปี 2545-2546

สำหรับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า คาดว่าจะมีการขยายตัวร้อยละ 70 ต่อปี โดยในปี 2547 จะมีสถานประกอบการสปา เพิ่มเป็นมากกว่า 40 แห่ง โดยมีทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ประกอบการสปารายใหญ่ขยายมาจากกรุงเทพฯ และภูเก็ต

จากการสำรวจพบว่าสถานประกอบการสปาแต่ละแห่งในเชียงใหม่สามารถรองรับผู้ให้บริการได้เฉลี่ยประมาณ 30 คนต่อวัน แต่ปัจจุบันมีผู้มาใช้บริการสปาเพียง ร้อยละ 50 เท่านั้น จึงประมาณได้ว่ามีผู้ให้บริการสปาในเชียงใหม่รวมแล้ววันละประมาณ 450 คน หรือคิดเป็น 164,250 คน ต่อปี ธุรกิจสปาแต่ละแห่งมีรายได้เฉลี่ยวันละประมาณ 27,040 บาทต่อวันคิดเป็นรายได้รวมของธุรกิจสปาเชียงใหม่เฉลี่ย 594,880 บาทต่อวัน หรือประมาณ 220 ล้านบาทต่อปี

โดยผู้ให้บริการสปาร้อยละ 70 เป็นชาวต่างชาติ นอกจากนี้ธุรกิจสปายังก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง เชื่อมโยงถึงธุรกิจชุมชนอาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อุปกรณ์สปา ต่าง ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะสร้างรายได้ขยายไปในวงกว้าง

สำหรับธุรกิจเพื่อสุขภาพ มีผู้ประกอบการประมาณ 140 แห่ง ในตัวเมืองเชียงใหม่ และกระจายตามอำเภอ/ชุมชนอีกกว่า 100 แห่ง คาดว่ามีผู้ประกอบการอาชีพขนาดประมาณ 5,000 คน และมีผู้ให้บริการนวดในเชียงใหม่ประมาณ 3 ล้านคนต่อปี คิดเป็นรายได้ของธุรกิจขนาดประมาณ 600 ล้านบาทต่อปี

1.3 การผลิตสินค้าสมุนไพรที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ

สินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันในการทำธุรกิจ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จึงต้องเน้นด้าน คุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพให้ได้มาตรฐานการผลิตให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างความ เชื่อมั่นของผู้บริโภคในระดับหนึ่ง

สำหรับเชียงใหม่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรมต่าง ๆ มากมายที่สามารถเป็น แหล่งจำหน่ายสินค้าด้านสุขภาพ นอกจากนี้ธุรกิจการให้บริการด้านสุขภาพ ได้แก่ การบริการด้าน การแพทย์ ซึ่งเชียงใหม่ มีสถานบริการสุขภาพ มีโรงพยาบาลที่มีคุณภาพสามารถเชื่อมโยงกับ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาสุขภาพ รวมทั้งธุรกิจสปา ซึ่งได้รับความนิยมใน ปัจจุบัน ก็สามารถเชื่อมโยงธุรกิจต่อเนื่องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยอาจใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเป็นสินค้าที่ใช้ในกิจการสปาได้

ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าสมุนไพรหลากหลายกลุ่มซึ่ง กลุ่มผู้ผลิตได้พยายามเชื่อมโยงความรู้กับสถาบันการศึกษาในการวิจัยพัฒนาเพื่อที่คุณภาพของ สินค้าสมุนไพรเป็นที่ยอมรับและมีการใช้อย่างกว้างขวางโดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ตั้งศูนย์ศึกษาวิจัยสมุนไพรเพื่อให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทางวิชาการซึ่ง จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่ม

2. นโยบายภาครัฐที่สนับสนุน

รัฐบาลมีนโยบายที่จะใช้ศักยภาพของประเทศในด้านต่าง ๆ เพื่อเสริมขีดความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจะเป็นการนำรายได้เข้าประเทศอีกทางหนึ่ง โดยนโยบายที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านบริการสุขภาพ ประกอบด้วย

2.1 การประชุมภาคีสนธิสัญญาของประเทศไทย ซึ่งนายกรัฐมนตรีเป็นประธานได้มีการ ประชุมเพื่อกำหนดทิศทางการแข่งขันของประเทศ โดยพิจารณาจากศักยภาพของประเทศที่มีอยู่

นำมากำหนดยุทธศาสตร์ในการแข่งขันภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งผลการประชุมนั้นได้กำหนดเป้าหมายในเชิงภาคการผลิตและบริการของประเทศที่ผลักดันให้แข่งขันในโลกได้ โดยหนึ่งในนั้นคือ กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นเมืองหลวงของการบริการด้านสุขภาพของเอเชีย (Health Service Capital of Asia)

2.2 แผนยุทธศาสตร์การจัดบริการสุขภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ของกระทรวงสาธารณสุขซึ่งได้นำยุทธศาสตร์ของประเทศมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการบริการสุขภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยวิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและกำหนดเมืองที่มีศักยภาพที่จะนำร่องเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ 3 เมือง คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ และต่อมาได้เพิ่มเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี เป็นเมืองเป้าหมายในด้านบริการ SPA ด้วย

2.3 คณะรัฐมนตรีเห็นชอบผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพและการแพทย์ในเอเชีย (Thailand as Excellent International Center for Health Care) โดยตั้งเป้าหมายให้ไทยสามารถแข่งขันกับสิงคโปร์ได้ เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวและมีบริการด้านสุขภาพมีข้อได้เปรียบกว่าประเทศสิงคโปร์ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้มีการตั้งคณะกรรมการบริหารโครงการ ในรูปแบบบูรณาการเพื่ออำนวยความสะดวกสนับสนุนธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อการส่งออก ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์

2.4 โครงการ Thailand Privilege Card ซึ่งเป็นโครงการสร้างตลาดด้านท่องเที่ยวระดับบน มีการเสนอบริการที่ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ถือบัตรหลากหลาย ซึ่งการบริการด้านสุขภาพและการแพทย์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการดังกล่าว ทำให้ต้องมีการพัฒนามาตรฐานการให้บริการด้านนี้ให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการคุณภาพการให้บริการในระดับสูง

2.5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเหนือที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เสนอต่อ ครม. และได้รับความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2546 โดยในยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ ใช้ศักยภาพแหล่งที่ตั้งและความพร้อมของโครงสร้างบริการพื้นฐาน ที่มีอยู่สร้างฐานเศรษฐกิจใหม่เชื่อมโยงเศรษฐกิจกับนานาชาติ มีแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพด้านอุตสาหกรรมบริการให้สามารถเป็นแหล่งรายได้ใหม่ของภาคโดยส่งเสริมการบริการด้านสาธารณสุขให้เป็นศูนย์รองรับการรักษาจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยพัฒนามาตรฐานการบริการให้เป็นสากล โดยเฉพาะจังหวัดที่มีศักยภาพคือ จ.เชียงใหม่ และ จ.พิษณุโลก ซึ่ง สศช. ต้องแปลงแผนพัฒนาดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม และต้อง รายงานผลให้ ครม. ทราบเป็นระยะด้วย

2.6 ยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดล้านนาและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดให้บริการสุขภาพเป็นแนวทางการพัฒนาแนวทางหนึ่งของยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่ของจังหวัดเชียงใหม่และกลุ่มจังหวัดล้านนา

3. แนวทางพัฒนา

1. กำหนดมาตรฐานบริการด้านสุขภาพยกระดับบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพของเชียงใหม่ให้ได้มาตรฐานในระดับสากล
2. เร่งพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพให้เพียงพอ และได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของธุรกิจบริการสุขภาพ
3. พัฒนาจุดเด่นการบริการและสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของล้านนา
4. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์บริการด้านสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่
5. พัฒนากลุ่มธุรกิจ (Cluster) และเครือข่าย (Network) ธุรกิจการบริการสุขภาพของเชียงใหม่ทั้งระบบ

4. ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธุรกิจบริการทางการแพทย์และทันตกรรม ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551) คิดอัตราขยายตัวร้อยละ 16.4 ต่อปี (ตามเป้าหมายรายได้ตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย) จะเกิดรายได้คิดเป็นมูลค่ารวม 3,389 ล้านบาท
2. รายได้จากธุรกิจ SPA จากผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำหน่ายใน GPA ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551) คิดอัตราขยายตัวร้อยละ 36.7 ต่อปี (ตามเป้าหมายรายได้ตามยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย) จะเกิดรายได้คิดเป็นมูลค่ารวม 3,401 ล้านบาท
3. ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในระยะ 5 ปี (2547 – 2551) คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้รวม 4,652 ล้านบาท คิดอัตราการขยายตัวร้อยละ 15 ต่อปี (ตามประมาณการของสมาคมนวดแผนไทยจังหวัดเชียงใหม่)
4. สร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ สมุนไพร ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551) จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ต่อปี

ตารางที่ 4.2 เป้าหมายรายได้ที่เกิดจากรุกิจสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

	ปี พ.ศ.						
	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2547-2551
บริการทางการแพทย์/ทันตกรรม*	420	489	569	662	771	897	3,389
◆ รายได้จากบริการ	185	215	251	292	340	395	1,493
◆ รายได้จากญาติ	235	274	318	371	431	502	1,896
ธุรกิจสปา**	242	331	452	618	845	1,155	3,401
◆ รายได้จากบริการ	220	301	411	562	768	1,050	3,092
◆ รายได้จากผลิตภัณฑ์สุขภาพ	22	30	41	56	77	105	309
ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ***	600	690	794	913	1,049	1,207	4,652

หมายเหตุ: * บริการทางการแพทย์/ทันตกรรม คิดอัตราขยายตัวร้อยละ 16.4 ต่อปี

** ธุรกิจสปา คิดอัตราขยายตัวร้อยละ 36.7 ต่อปี (ตามเป้าหมายรายได้ของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย)

*** ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ คิดอัตราขยายตัวร้อยละ 15 ต่อปี (ตามประมาณการของสมาคมนวดแผนไทย)

5. แนวทางพัฒนาธุรกิจบริการทางการแพทย์และทันตกรรม

จังหวัดเชียงใหม่มีโรงพยาบาลรัฐขนาดใหญ่ในเขตเมือง 2 แห่ง และมีโรงพยาบาลเอกชน 14 แห่ง โดยศักยภาพของโรงพยาบาลรัฐมีเตียงทั้งสิ้น 1,983 เตียง เอกชนมีเตียงทั้งสิ้น 2,250 ในปัจจุบันศักยภาพของโรงพยาบาลรัฐมีอัตราการใช้ประโยชน์เกือบเต็มศักยภาพ ส่วนโรงพยาบาลเอกชนมีอัตราการใช้ประโยชน์ประมาณร้อยละ 50 ซึ่งเหลือศักยภาพที่จะให้บริการได้อีกถึงร้อยละ 50

ด้านบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีแพทย์ทั้งสิ้นประมาณ 700 คน และเป็นแพทย์เฉพาะด้านต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น แพทย์ทางด้านหัวใจ แพทย์ทางด้านสมอง เป็นต้น ทันตแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้ง 100 คน บุคลากรที่เกี่ยวข้องข้องทางการแพทย์ประกอบด้วย พยาบาล เกษัชกร นักเทคนิคการแพทย์ นักกายภาพบำบัด นักรังสีวิทยา ซึ่งบุคลากรเหล่านี้มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างพร้อมเพียง

จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศ ซึ่งสามารถรองรับการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้ป่วยได้อย่างครอบคลุมทุกโรคได้ เครื่องมือ

ทางการแพทย์ที่สำคัญได้แก่ MRI 2 เครื่อง Spiral CT 4 เครื่อง CT Scan 8 เครื่อง เครื่องขยายหลอดเลือดหัวใจ 2 เครื่อง Heart Lung Machine สำหรับผ่าตัด Open heart 2 เครื่อง อุปกรณ์ผ่าตัดสมอง 16 โรงพยาบาล เครื่องมือรังสีรักษานอกจากนี้ยังมี การวิจัยและพัฒนาทางการแพทย์ เนื่องจากมีคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาความรู้ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ นอกจากนี้มีศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์อีก 1 แห่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้มาใช้บริการด้านการแพทย์ที่เป็นชาวต่างประเทศ จากข้อมูลการให้บริการด้านการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีศักยภาพในการให้บริการในปี 2545 เป็นชาวต่างประเทศ แบบผู้ป่วยนอก (OPD) 42,498 คน และแบบผู้ป่วยใน (IPD) 4,660 คน ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าให้บริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างประเทศ ประมาณ 120 ล้านบาทต่อปี

รัฐบาลมีนโยบายที่จะใช้ศักยภาพของประเทศในด้านบริการทางสุขภาพเพื่อเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจะเป็นการนำรายได้เข้าประเทศอีกทางหนึ่ง โดยจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพด้านการบริการทางการแพทย์ซึ่งสามารถสร้างเป็นฐานในการสร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับจังหวัดเชียงใหม่ รองรับการเป็นศูนย์กลางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงได้

6. การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนา

การวิเคราะห์จุดเด่นด้านการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดเชียงใหม่

1.1 ความพร้อมด้านมาตรฐานการให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่มีแพทย์ทั้งสิ้นประมาณ 700 คน และเป็นแพทย์เฉพาะทางด้านต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น แพทย์ทางด้านหัวใจ แพทย์ทางด้านสมอง เป็นต้น และมีทันตแพทย์ 100 คน นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่สมบูรณ์ในคณะแพทย์พร้อมทั้งโรงพยาบาลเอกชนได้มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่สำคัญ เช่น MRI 2 เครื่อง Spiral CT 4 เครื่อง CT Scan 8 เครื่อง เครื่องขยายหลอดเลือดหัวใจ 2 เครื่อง Heart Lung Machine สำหรับผ่าตัด Open heart 2 เครื่อง เครื่องอุปกรณ์ผ่าตัดสมอง 16 โรงพยาบาล และเครื่องมือรังสีรักษา เป็นต้น

1.2 มีการลงทุนในสถานบริการและบุคลากรด้านการแพทย์ไว้สูง จังหวัดเชียงใหม่ มีการลงทุนพัฒนาการให้บริการทางการแพทย์ โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนมีเตียงทั้งสิ้น 2,250 เตียง ในปัจจุบันมีอัตราการใช้ประโยชน์ ประมาณร้อยละ 50 ซึ่งเหลือศักยภาพที่จะให้บริการได้อีกถึงร้อยละ 50 ส่วนทางด้านคลินิกทันตกรรมมีถึง 77 แห่ง ศักยภาพในการรักษาทางทันตกรรมมีศักยภาพเหลือประมาณร้อยละ 50

1.3 มีประสบการณ์ในการให้บริการแก่ชาวต่างประเทศ ในปี 2545 จังหวัดเชียงใหม่ นั้นมี ชาวต่างประเทศมารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน โดยเป็นแบบผู้ป่วยนอก (OPD) 42,498 คน และแบบผู้ป่วยใน (IPD) 4,660 คน โดยชาวต่างประเทศกลุ่มนี้จะเป็นชาวต่างประเทศ ที่ทำงานในประเทศเพื่อบ้าน เดินทางเข้ามารักษาในโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น มาฉีดวัคซีน รักษาโรค เช่น โรคไต มาทำคลอด เป็นต้น และชาวต่างประเทศที่มาทำงานในพื้นที่จังหวัด เชียงใหม่ และใกล้เคียงมารักษาสุขภาพ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพการให้บริการทางการแพทย์ที่เป็น ที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

1.4 เชียงใหม่มีความพร้อมในบริการพื้นฐานและเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว สำคัญของประเทศ เชียงใหม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมีสถานภาพเป็นเมืองที่มีขนาด เศรษฐกิจใหญ่เป็นที่สองรองจาก กทม. มีบริการ โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคต่าง ๆ อย่าง พร้อมเพียง เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางคมนาคมและการบริการหลักของภาคเหนือ และสามารถ เชื่อมโยงสู่ประเทศในภูมิภาค GMS และนานาชาติได้อย่างสะดวก โดยมีสนามบินนานาชาติ เชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง

1.5 มีสถาบันการศึกษาชั้นนำ เชียงใหม่มีสถาบันการศึกษาระดับสูงที่เปิดสอนด้าน วิทยาการสุขภาพ โดยเฉพาะคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้มีการผลิตแพทย์และการ วิจัยพัฒนา ทางการแพทย์รองรับรวมทั้งมีการผลิตบุคลากรที่เกี่ยวกับการบริการทางการแพทย์อย่าง ครบถ้วนในทุกด้าน

7. แนวทางการพัฒนา

กลุ่มเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดเชียงใหม่ในการที่จะ ดึงชาวต่างประเทศมาใช้บริการนั้น ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ที่

“ชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศต่าง ๆ ที่สามารถเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดย ทางเครื่องบินโดยใช้เวลเดินทางไม่เกิน 2 ชั่วโมง”

ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะประกอบด้วย ชาวต่างประเทศในเมือง ดังต่อไปนี้

- นครคุนหมิง ประเทศจีน
- เมืองจิดากอง ประเทศบังกลาเทศ
- นครฮานอย ประเทศเวียดนาม
- เมืองมณฑลยี่ ประเทศพม่า
- เมืองหลวงพระบาง ประเทศสาธารณประชาธิปไตยประชาชนลาว

▪ เมืองเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา

ปัจจัยที่สนับสนุนในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย

- กลุ่มชาวต่างประเทศในประเทศเป้าหมายจะมีการอำนวยความสะดวกในการมาใช้บริการทางการแพทย์ที่เชียงใหม่
- ให้บริการด้านสุขภาพในประเทศกลุ่มเป้าหมายมีระดับการให้บริการทางการแพทย์ที่ต่ำกว่าที่จังหวัดเชียงใหม่ทำให้สามารถแข่งขันได้
- มีแผนในการเชื่อมโยงทางการบิน Direct flight ระหว่างประเทศเป้าหมายกับจังหวัดเชียงใหม่

สินค้าเป้าหมาย

การบริการทางการแพทย์ที่จะนำไปเสนอขายกับลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมายนั้น ได้มีการกำหนดสินค้าเป้าหมาย ดังนี้

บริการเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ▪ Heart Center | ศูนย์หัวใจ |
| ▪ Cancer Center | ศูนย์รักษาโรคมะเร็ง |
| ▪ Radiation Therapy | มะเร็ง (รังสีรักษา) |
| ▪ Orthopedics | กระดูกและข้อ |
| ▪ Medical check up | ตรวจเช็คสุขภาพ |

บริการเป้าหมายรอง ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------|--------------------|
| ▪ Rehab & longstay | ฟื้นฟูสภาพ |
| ▪ Eyes | ตา |
| ▪ Cosmetic | ความงาม (ศัลยกรรม) |
| ▪ GI | ทางเดินอาหาร |
| ▪ Gynaecological | นรีเวชวิทยา |
| ▪ Infertile | มีบุตรยาก |

1. แนวทางการพัฒนา

ในการพัฒนาด้านการบริการทางการแพทย์ของจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 2 ด้าน

คือ

1.1 แผนงาน/โครงการ

ในการพัฒนารุรกิจบริการทางการแพทย์ของเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ในภูมิภาค มีแผนงานและโครงการ ที่รองรับการพัฒนา ประกอบด้วย

1) แผนงานด้านการตลาด

- โครงการจัดประชุมสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือทางการแพทย์ระดับประเทศเพื่อนบ้าน ของจังหวัดเชียงใหม่ (Chiangmai International Medical Conference) เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ในอนุภูมิภาค

- โครงการพัฒนาระบบข้อมูลด้านบริการทางการแพทย์ (Website, Call center)
- โครงการศึกษาวิจัยข้อมูลผู้ป่วยของประเทศเพื่อนบ้าน

2) แผนงานด้านการพัฒนามาตรฐานการให้บริการ

- โครงการพัฒนาคุณภาพห้องปฏิบัติการโรงพยาบาลในจังหวัดตามยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถด้านธุรกิจทางการแพทย์

- โครงการเสริมสร้างมาตรฐานและคุณภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ให้ได้รับรองมาตรฐานโรงพยาบาล HA และ ISO เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์ในอนุภูมิภาค

1.2 การพัฒนา Champion Products

เพื่อการสร้างจุดเด่นด้านการบริการจึงได้มีการวิเคราะห์เพื่อหา Champion Products ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) โรงพยาบาลช้างเผือก

- ออร์โธปิดิก (Orthopedic)

2) โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม

- หัวใจ (heart Center)
- ออร์โธปิดิก (Orthopedic) (เปลี่ยนข้อ)

3) โรงพยาบาลราชเวช

- มะเร็งครบวงจร Cancer Center (มะเร็งตับ, มะเร็งลำไส้, มะเร็งโรคมดรี)
- ออร์โธปิดิก (Orthopedic) (ส่องเข้า, เวชศาสตร์การกีฬา, เปลี่ยนข้อ)

4) โรงพยาบาลใกล้หมอ

- Laser Plastic Surgeruy
- คลอดแบบไม่เจ็บ (Painless Labour)

5) โรงพยาบาลลานนา

- มะเร็ง (Oncology) (มะเร็งโรคมดรี)
- ศัลยกรรมตกแต่ง (Plastic surgery)

- 6) โรงพยาบาลแมคเคน
 - โรคผิวหนัง (Skin)
 - กายภาพบำบัด (Physical therapy) อุปกรณ์คนพิการทุกชนิด
- 7) โรงพยาบาลแมคคอมิต
 - ฟังเข็ม (Acupuncture)
 - อุบัติเหตุ (Trauma Center)
- 8) โรงพยาบาลราม 2
 - อุบัติเหตุ (Trauma Center)
- 9) โรงพยาบาลเซ็นทรัล
 - สลายนิ้ว
 - ศัลยกรรมตกแต่ง (Plastic Surgery)
- 10) โรงพยาบาลเซ็นตีปีเตอร์
 - โรครตา
- 11) โรงพยาบาลสยามราษฎร์
 - อุบัติเหตุ (Trauma Center)
 - Medical Spa
- 12) โรงพยาบาลรวมแพทย์
 - สูตินรีเวช (OB-GYN)
 - กุมารแพทย์ (Pediatric)
- 13) โรงพยาบาลหมอวงศ์
 - แพทย์ทางเลือก (Alternative Medicine)

2. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์นั้นจะมีผลตอบแทนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจและการเงิน จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการบริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น ในช่วง 7 ปี จะมีรายได้จากการบริการทางการแพทย์ 1,720 ล้านบาท และจากญาติผู้ป่วยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ 2,213 ล้านบาท รวมเป็นรายได้ทั้งสิ้น 3,933 ล้านบาท

2. คุณภาพการให้บริการด้านการแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่สูงขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้นและทำให้เชียงใหม่มีชื่อเสียงในด้านการบริการทางการแพทย์

3. มีการสร้างรายได้จากอาชีพใหม่เพิ่มขึ้นให้กับชาวเชียงใหม่ เพื่อรองรับผู้ที่จบการศึกษาในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ภาพรวมทางการบริการทันตกรรมของเชียงใหม่

1. การบริการด้านทันตกรรม

จังหวัดเชียงใหม่ มีคลินิกทันตกรรมรวม 65 แห่ง และมีคลินิกทันตกรรมในโรงพยาบาลอีก 11 แห่ง รวมทั้งสิ้น 77 แห่ง โดยมีทันตแพทย์ถึง 250 คน ซึ่งปัจจุบันลูกค้าของคลินิกทันตกรรมประกอบด้วย คนในจังหวัดเชียงใหม่และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาใช้บริการส่วนหนึ่ง ซึ่งโอกาสในการพัฒนาทางด้านทันตกรรมเพื่อใช้แหล่งที่จะสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความเป็นไปได้สูงเพราะมีความพร้อมทั้งด้านอุปกรณ์ สถานที่ และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนา

1. การวิเคราะห์จุดเด่นด้านบริการทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่

1.1 มีความพร้อมด้านการให้บริการ ในจังหวัดเชียงใหม่มีคลินิกทันตกรรมรวมถึง 77 แห่งโดย โดยชั่วโมงการทำงานของทันตแพทย์เฉลี่ยร้อยละ 50 ซึ่งสามารถรองรับการเพิ่มขึ้นของผู้มาใช้บริการ ได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งไม่มีความจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมอีกในปัจจุบัน

1.2 มีความก้าวหน้าและความทันสมัยของวิทยาการทางด้านทันตกรรมโดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีการพัฒนาด้านการบริการทางทันตกรรมอย่างต่อเนื่องเพราะมีคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญในการศึกษาวิจัย เผยแพร่ ความรู้ที่ทันสมัยใน วงการทันตแพทย์ให้แก่ทันตกรรมที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 มีความร่วมมือระหว่างทันตแพทย์อย่างเข้มแข็ง โดยในจังหวัดเชียงใหม่มีการจัดตั้งชมรมทันตแพทย์จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานกับภาครัฐและสมาคมธุรกิจสุขภาพจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเป็นระบบ

แนวทางการพัฒนา

1. ศักยภาพเด่นของทันตกรรมจังหวัดเชียงใหม่

ทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถค้นหาความเด่นของการให้บริการซึ่งจะทำให้สามารถเป็นจุดขายเพื่อให้ชาวต่างประเทศมาใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น โดยมีจุดเด่นในบริการ ประกอบด้วย

- 1) ทันตกรรมรากเทียม
- 2) ทันตกรรมประดิษฐ์ใส่ฟันปลอม
- 3) ฟอกสีฟัน

2. แนวทางการพัฒนา

ในการพัฒนาด้านทันตกรรมของเชียงใหม่เพื่อรองรับการเป็นศูนย์บริการทางสุขภาพ ในภูมิภาคได้มีการเสนอโครงการเร่งด่วน คือ

1) โครงการส่งเสริมพัฒนาและกำหนดมาตรฐานคุณภาพของสถานบริการทางทันตกรรมให้อยู่ในระดับสากล

วัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย

(1) เพื่อลดจุดอ่อนและเสริมจุดแข็งให้กับธุรกิจสุขภาพจังหวัดเชียงใหม่ ในการแข่งขันกับนานาชาติ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(2) เพื่อกำหนดมาตรฐานคุณภาพของสถานพยาบาลทางทันตกรรมให้อยู่ในระดับสากล

(3) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสถานพยาบาลทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ให้มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

3. ผลผลิต

ตัวชี้วัดผลผลิตของการพัฒนาทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถวัดโดย

1) มีปริมาณชาวต่างชาติมารับการรักษาทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15 เป็น 3.45 หมื่นคนในปี 2547

2) สามารถสร้างรายได้ในช่วง 4 ปี ตั้งแต่ 2546 – 2549 รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 600 ล้านบาท

3) มีการกำหนดมาตรฐานด้านราคาและคุณภาพการให้บริการ

4) คลินิกทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรฐานคุณภาพโดยสากล จำนวน 10 คลินิก ในปี 2547 และเพิ่มอีกปีละ 10 คลินิกในปีถัดไป

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ถ้ามีการพัฒนาโครงการและถ้าปรับปรุงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องยังสามารถก่อให้เกิดรายได้จากบริการทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วง 5 ปี (2546 – 2549) มีมูลค่า 600 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.3 รายได้จากบริการทางทันตกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วง 5 ปี (2546 – 2549)

รายการ	2546	2547	2548	2549
จำนวนผู้ป่วยที่มารักษาทางทันตกรรม (ราย)	30,000	34,500	39,700	45,600
รายได้จากค่าบริการทันตกรรม (ล้านบาท)	60.00	69.00	79.35	91.25
รายได้จากญาติที่ใช้จ่ายในจังหวัดเชียงใหม่ (ล้านบาท)	60.00	69.00	79.35	91.25
รวมรายได้	120.00	138.00	158.00	182.50

2. แนวทางพัฒนาธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

2.1 ภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

1. ความสำคัญของธุรกิจสปา

สปา เป็นการดูแลสุขภาพแนวทางหนึ่งที่มีความนิยมอย่างมาก โดยถือว่าสปาสามารถให้การบำบัดเสริมสร้างและฟื้นฟูสุขภาพได้ในองค์รวมทั้งร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศนิยามของ “กิจการสปาเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดยอาจมีบริการเสริม ประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนะบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะแบบการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ

ปัจจุบันคุณค่าของการดูแลสุขภาพตามวิถีธรรมชาติบำบัดเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นธุรกิจสปาจึงมีการพัฒนาเติบโตอย่างรวดเร็วตามความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างมหาศาล สำหรับในประเทศไทยพบว่าสปาได้กลายเป็นจุดขายสำคัญของโรงแรมและ รีสอร์ทต่าง ๆ สามารถสร้างความสนใจให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ธุรกิจสปาจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมด้วย

ธุรกิจสปาจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่อาศัยองค์ความรู้ทักษะ ความประณีตในงานบริการของคนไทยในการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสำคัญจึงมีความจำเป็นอย่าง เร่งด่วนที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ความสนใจพัฒนาธุรกิจสปาอย่างจริงจัง เพื่อสร้างแหล่ง รายได้ใหม่ของประเทศที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อันจะเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมทั้ง ผู้ใส่ใจในสุขภาพทั่วโลกให้มุ่งมาใช้บริการด้านสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ธุรกิจสปา นอกจากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการตลาดสูงดังกล่าวมาแล้วยังเป็นธุรกิจที่ สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งด้านศาสตร์การนวด ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น มาสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงมาก ก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องเชื่อมโยงไปถึงธุรกิจชุมชนได้ อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อุปกรณ์สปา บรรจุภัณฑ์ และอุปกรณ์ต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะสร้าง รายได้ให้ท้องถิ่นขยายไปในวงกว้าง

2. ภาพรวมธุรกิจสปา

2.1 ธุรกิจสปาในประเทศไทย

- ผู้ประกอบการสปาในไทยมีมากกว่า 230 แห่ง มีการจ้างงานมากกว่า 4,000 คน นอกจากนี้ยังมี Day SPA Medical Spa โรงเรียนฝึกอบรมและอุปกรณ์สปา เป็นการ รวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจที่จะมีบทบาทพัฒนาธุรกิจสปาไทยให้มีคุณภาพต่อไป
- ปัจจุบันสปาไทยได้รับการยอมรับไปทั่วโลก สื่อต่างประเทศต่าง ๆ ให้ ความเห็นว่า สปาไทย เป็นหนึ่งในสปาที่ดีที่สุดในโลก ในรายงาน SPA Industry Survey Thailand 2002 ได้มีการสำรวจธุรกิจสปาใน 3 ประเทศ โดยบริษัทอินเทลลิเจนซ์สปา ลิงคโพร้ ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2544 – มิถุนายน 2545 รายงานว่ามีผู้ใช้บริการสปาในไทยมากถึง 3.3 ล้าน คน โดยเป็นชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 80 ในขณะที่มีผู้ใช้บริการในสิงคโปร์ 4 แสนคน ร้อยละ 25 เป็นชาวต่างชาติและในออสเตรเลีย 2 ล้านคน ร้อยละ 5 เป็นชาวต่างชาติ จะเห็นได้ว่าสปา ไทยเป็นที่นิยมของ ชาวต่างชาติเป็นอย่างมากและคาดว่าตลาดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- สำหรับมูลค่าตลาดของธุรกิจสปา จากประมาณการมูลค่าตลาด (คำนวณราคา เฉลี่ย ที่ 3,000 บาท ต่อคน ตามราคาที่กำหนดใน Privilege Card Package) พบว่าตลาดสปาของ ไทยมีมูลค่าประมาณไม่น้อยกว่า 1 หมื่นล้านบาทต่อปีและคาดว่าตลาดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูง อย่างต่อเนื่องและรวดเร็วตามความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างมหาศาล

2.2 ธุรกิจสปาในเชียงใหม่

- ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นกัน จากรายงานการสำรวจสถานการณ์ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่เมื่อปลายปี 2546 พบว่ามีสถานประกอบการสปาในเชียงใหม่ ประมาณ 30 แห่ง ประกอบเป็น 3 ประเภท คือ Day SPA 20 แห่งคิดเป็นร้อยละ 67 Hotel & Resort SPA 9 แห่งร้อยละ 30 และ Medical SPA 1 แห่งคิดเป็นร้อยละ 3 สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นอำเภอแม่ริมและหางดง คิดเป็นร้อยละ 17 และ 14 ตามลำดับ สปาส่วนใหญ่เปิดดำเนินการในช่วงปี 2545-2546

- สำหรับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า คาดว่าจะมีการขยายตัวร้อยละ 70-80 ต่อปี โดยในปี 2547 จะมีสถานประกอบการสปา เพิ่มขึ้นมากกว่า 40 แห่ง โดยมีทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ประกอบการสปารายใหญ่ขยายมาจากกรุงเทพฯ และภูเก็ต

- ด้านตลาดสปาในเชียงใหม่ ข้อมูลจากการศึกษาข้างต้นประมาณได้ว่าสถานประกอบการสปาแต่ละแห่งในเชียงใหม่สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้เฉลี่ยประมาณ 30 คนต่อวัน แต่ปัจจุบันผู้มาใช้บริการสปาเพียงร้อยละ 50 เท่านั้น จึงประมาณได้ว่ามีผู้ใช้บริการสปาในเชียงใหม่รวมแล้ววันละประมาณ 450 คน หรือคิดเป็น 164,250 คน ต่อปี ธุรกิจสปาแต่ละแห่งมีรายได้เฉลี่ยวันละประมาณ 27,040 บาทต่อวันคิดเป็นรายได้รวมของธุรกิจสปาเชียงใหม่เฉลี่ย 594,880 บาทต่อวัน หรือประมาณ 220 ล้านบาทต่อปี โดยผู้ใช้บริการสปาร้อยละ 70 เป็นชาวต่างชาติ

- นอกจากนี้ธุรกิจสปายังก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องเชื่อมโยงถึงธุรกิจชุมชน อาทิ ผลิตภัณฑ์ สมุนไพร อุปกรณ์ต่าง ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะสร้างรายได้ขยายไปในวงกว้าง โดยประมาณรายได้เฉพาะจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพในสปา ในปี 2546 มีรายได้ประมาณ 22 ล้านบาท

- ปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้บริหารสปาในกลุ่มล้านนาได้รวมตัวกันก่อตั้งเป็นสมาคมไทยล้านนาสปา (TLSPA) ซึ่งสมาคมได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพเพื่อยกระดับสปาเชียงใหม่ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2.3 ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

- การนวดเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของบริการสปา ซึ่งเป็นการนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการบำบัดแบบตะวันตกได้อย่างลงตัว จนได้รับการยอมรับอย่าง

แพร่หลาย จากการสำรวจ SPA Industry Survey : Thailand 2002 พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วครึ่งหนึ่งของรายได้ของสปามาจากค่าบริการนวด

- ปัจจุบันธุรกิจการนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากรายงานของสมาคมนวดแผนไทยจังหวัดเชียงใหม่ รวบรวมได้ว่ามีสถานประกอบการนวดเฉพาะในตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 140 แห่ง มีการให้บริการนวดตามกลุ่ม/ชมรม/สถานี่อนามัยต่าง ๆ อีกประมาณ 100 แห่ง คาดว่ามีผู้ประกอบการอาชีพนวดเพื่อสุขภาพในเชียงใหม่กว่า 5,000 คน
- สำหรับผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่มีประมาณ 3 ล้านคนต่อปี ก่อให้เกิดรายได้รวมในปี 2546 ประมาณ 600 ล้านบาท โดยมีอัตราการเพิ่มของรายได้อ้อยละ 15 ต่อปี
- ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจการนวดเพื่อสุขภาพได้รวมตัวกันจัดตั้งสมาคม นวมแผนไทยจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจการนวดยกระดับมาตรฐาน บริการนวดเพื่อสุขภาพ โดยจะมีการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

3. การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจสปา

1. การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจสปาในเชียงใหม่

เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพทางการตลาดสูง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งรัฐบาลไทยได้กำหนดให้บริการสุขภาพ เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ ที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก และปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าตลาดธุรกิจสุขภาพเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในระดับโลกและความต้องการภายในประเทศจึงทำให้หลายประเทศกำลังเร่งพัฒนาธุรกิจสุขภาพเช่นกัน ด้วยเหตุนี้จึงได้นำเอาแนวคิดการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) มาใช้วิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อให้เห็นถึงสถานภาพธุรกิจสปาในปัจจุบัน และเพื่อที่จะสามารถกำหนดตำแหน่งการพัฒนา (Positioning) ในช่วงระยะเวลา 5-10 ปี โดยมีกรอบการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนด้านการผลิต

- โครงสร้างบริการพื้นฐานของเมือง

เชียงใหม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมีสถานภาพเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางคมนาคมและการบริการหลักของภาคเหนือ และสามารถเชื่อมโยงสู่ประเทศในภูมิภาค GMS และนานาชาติได้อย่างสะดวก โดยมีสนามบินนานาชาติ เชียงใหม่ เป็นศูนย์กลาง

เชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ จึงมีความพร้อมด้านงานบริการ โรงแรม ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการด้านสาธารณสุข รวมทั้งบริการทางธุรกิจที่ได้มาตรฐานสากล ตลอดจนที่พักอาศัยในเชียงใหม่มีความพร้อมที่สามารถรองรับ และให้บริการเชื่อมโยงกับการพัฒนาธุรกิจสปาได้อย่างดี

- โครงสร้างพื้นฐานด้านวิชาการ/สถาบันการศึกษา

เชียงใหม่ มีสถาบันการศึกษาระดับสูงที่เปิดสอนด้านวิชาการสุขภาพ ทั้งระดับปริญญาและอนุปริญญา และสามารถที่จะขยายสาขาวิชาการรองรับการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจนี้ได้ โดยเฉพาะการผลิตบุคลากรด้านสาธารณสุขที่สามารถสนับสนุนธุรกิจสปา นอกจากนี้ยังเป็นฐานสำคัญสำหรับการสร้างองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างวิชาการด้านสปาเพื่อสุขภาพ และมีสถาบันภาษาต่างประเทศของเอกชนมากมายที่จะรองรับการพัฒนาในด้านภาษา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันความสามารถในการผลิตบุคลากรด้านนี้อาจยังมีจำกัด และยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจโดยตรงซึ่งรัฐบาลมีนโยบายที่จะสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาเพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพในด้านนี้มากขึ้น

- ความพร้อมของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการสปาที่มีอยู่ในเชียงใหม่ขณะนี้ มีจำนวนประมาณ 30 แห่ง ซึ่งปัจจุบันสปาหลายแห่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดสากล และคาดว่าในปี 2547 จะเพิ่มจำนวนเป็น 40 ส่วนหนึ่งเป็นการขยายสาขาของสปาที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจสปามานาน จนสามารถพัฒนาหลักสูตรให้การฝึกอบรมบุคลากรด้านนี้ได้ ปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้บริหารสปาเริ่มมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นสมาคมไทยด้านนาสปา ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการร่วมกันพัฒนาคุณภาพของสปาเชียงใหม่ต่อไป

- ความพร้อมของบุคลากรด้านงานบริการ

ด้านบุคลากรของเชียงใหม่ นั้นเป็นที่ยอมรับกันว่ามีอุปนิสัยที่สุภาพ อ่อนโยน มีจิตใจพร้อมให้บริการ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม จึงนับว่าเป็นจุดเด่นของบุคลากร ซึ่งถ้าได้รับการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะในวิชาชีพแล้วจะสามารถเป็นพนักงานสปาที่มีคุณภาพซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจสปา

- เอกลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา และภูมิปัญญาท้องถิ่น

เชียงใหม่เป็นแหล่งอารยธรรมล้านนา ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสืบเนื่องมาช้านาน มีสถาปัตยกรรม ตลอดจนบรรยากาศล้านนาในองค์รวมที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งจะสามารถสร้างสรรค์เอกลักษณ์ของไทยด้านนาสปา ที่มีความแตกต่างจากสปาที่อื่น ๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะของสปาเชียงใหม่ ให้มีชื่อเสียงที่ยอมรับต่อไป นอกจากนี้เชียงใหม่มีภูมิ

ปัญหาท้องถิ่นทั้งด้านสมุนไพรและวิธีบำบัดฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะ และพร้อมที่จะพัฒนาให้คุณภาพสามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจสปาเชียงใหม่ได้

1.2 การวิเคราะห์สภาวะอุปสงค์

จากการสำรวจข้อมูลผู้ใช้บริการสปาในไทย มีจำนวนประมาณ 3.3 ล้านคนต่อปี ในขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการสปาในเชียงใหม่ยังมีเพียงประมาณ 1.6 แสนคนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 4.8 ของประเทศเท่านั้น เชียงใหม่จึงมีโอกาที่จะขยายตลาดเพิ่มสัดส่วนผู้ใช้บริการสปาให้มากขึ้นได้ ถ้าธุรกิจสปาได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังยิ่งไปกว่านี้ตลาดสปาทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันคนให้ความสนใจดูแลสุขภาพในทุกด้านมากขึ้น จึงทำให้สปาได้รับความนิยมนอย่างกว้างขวางเป็นโอกาสขยายตลาดต่อไปได้

1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านโครงสร้างและการแข่งขัน

ประเทศไทยได้มุ่งที่จะพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้านสุขภาพ ซึ่งได้กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศและยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือ นอกจากนี้มีการดำเนินการกำหนดมาตรฐานสปา โดยขณะนี้กระทรวงสาธารณสุขได้มีประกาศกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วยแยกออกจากสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งตามประกาศนี้มีการกำหนดมาตรฐานของสถานที่บริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อรับรองสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วยให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2547 เป็นต้นไป

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ อาทิ ททท. และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สนับสนุนการเปิดตลาดสปาไทยออกสู่สากลมากขึ้น ในด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการของเครือข่ายธุรกิจสปา เริ่มมีความเข้มแข็งขึ้น มีการจัดตั้งเป็นสมาคมทั้งในระดับประเทศและของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น

1.4 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม/บริการที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

สำหรับเชียงใหม่มีอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาสามารถจะเชื่อมโยงกันได้ อาทิ อุตสาหกรรมด้านหัตถกรรม เซรามิกส์ในเชียงใหม่และในภาคเหนือ ที่มีเอกลักษณ์ และมีศักยภาพในการขยายตัวสู่ตลาดโลกมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรมต่าง ๆ มากมาย นอกจากนี้ ยังมีบริการที่สนับสนุนด้านอื่น ๆ ได้แก่ บริการด้านการศึกษาด้านสุขภาพ ตลอดจนการสอนภาษาต่างประเทศอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับตลาดสปาในระดับสากล รวมทั้งมีบริการที่พักอาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีสถานบริการสุขภาพ

โรงพยาบาลที่มีคุณภาพสามารถเชื่อมโยงธุรกิจต่อเนื่องกับสปาได้เป็นอย่างดี และเชียงใหม่จะมีศูนย์ออกแบบเหตุการณ์ที่จะสามารถสร้างสรรค์รูปแบบสปาเชียงใหม่ ให้มีลักษณะเฉพาะของถิ่นนาได้ต่อไป

1.5 สรุปการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา พบว่าเชียงใหม่มีความพร้อมในทุกองค์ประกอบที่นำมาวิเคราะห์ในด้านปัจจัยสนับสนุนการผลิต เชียงใหม่เป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีบริการโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภค เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการบริการหลักของภาคเหนือเชื่อมโยงสู่ประเทศในอนุภูมิภาค มีสถาบันการศึกษาระดับสูงที่สามารถผลิตบุคลากรด้านสุขภาพเพื่อสนับสนุนธุรกิจสปา เชียงใหม่มีความพร้อมของ ผู้ประกอบการมีการดำเนินธุรกิจสปาแล้วหลายแห่ง และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้การที่รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งเน้นไปสู่การเป็นศูนย์บริการสุขภาพระดับสากล มีการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจนี้ นโยบายเหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของธุรกิจสุขภาพ รวมถึงสปา และบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งภาครัฐได้มีนโยบายสนับสนุนให้เกิดศูนย์บริการสุขภาพในภูมิภาคที่ภูเก็ตและเชียงใหม่ ตลอดจนเชียงใหม่เป็นเมืองหนึ่งที่คิดอันดับเมืองที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ดังนั้นหากมีการพัฒนาในเรื่องนี้อย่างจริงจัง คาดว่าธุรกิจสปาจะสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพ เป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก

2. ข้อจำกัด

แม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพและสปา อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดบางประการที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อสนับสนุนให้การพัฒนาธุรกิจสปาเกิดขึ้นได้จริง อาทิ

2.1 การกำหนดมาตรฐานการบริการสปาและมาตรการควบคุมคุณภาพการบริการ ขณะนี้มีการดำเนินการกำหนดมาตรฐานสปา โดยขณะนี้กระทรวงสาธารณสุขได้มีประกาศกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย แยกออกจากสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งตามประกาศนี้มีการกำหนดมาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อรับรองสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยตรงประกาศนี้สถานประกอบการสปาต้องผ่านการรับรองทั้งด้านมาตรฐาน

สถานที่และมาตรฐานการบริการ รวมทั้งมาตรฐานผู้ให้บริการ จะต้องผ่านการสอบใบประกอบวิชาชีพอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการยกระดับมาตรฐานสปาไทยให้มีคุณภาพ

2.2 การผลิตและพัฒนาบุคลากรของธุรกิจสปาของประเทศยังขาดแคลนรวมตลอดถึงความรู้ความสามารถยังไม่ตรงกับความต้องการโดยตรงของบริการสปา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นจะต้องพัฒนาบุคลากรทั้งในระยะเร่งด่วนและระยะยาวให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงทั้งจำนวนและคุณภาพโดยใช้ขีดความสามารถของสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรสำหรับฝึกอบรมบุคลากรสปาที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งดำเนินการฝึกอบรมทั้งภาคองค์ความรู้เกี่ยวกับสปาโดยรวมและภาคปฏิบัติ รวมทั้งการอบรมความรู้ด้านการบริการสปาเฉพาะทางแบบต่อยอด ให้แก่บุคลากรสปาทุกระดับ ทั้งบุคลากรผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ดำเนินงาน และผู้ให้บริการ

2.3 การนำคุณค่าของอัตลักษณ์ล้านนา มาสร้างสรรค์เป็นไทยล้านนาสปาที่มีรูปแบบเฉพาะมีความแตกต่างจากสปาที่อื่น ๆ ซึ่งถ้าสามารถนำมาพัฒนาให้มีความเด่นชัดและใช้เป็นแนวทางหลักของสปาทุกแห่งในเชียงใหม่ก็จะเกิดเป็นกลุ่มของสปาล้านนา ที่สามารถนำมาเป็นจุดขาย สร้างให้เป็นที่รู้จักและยอมรับให้ได้ในตลาดสปาระดับสากล

2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถจะพัฒนาใช้ในสปา

2.5 การตลาดและประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องร่วมกันประชาสัมพันธ์ให้สปาในรูปแบบของไทยล้านนาสปาของเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล

3. แนวทางการพัฒนา

1. ประเด็นการพัฒนา

1.1 การกำหนดมาตรฐานธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาในประเทศไทยจัดว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้น มีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวของธุรกิจสปาในรูปแบบต่าง ๆ ได้อีกมาก จึงจำเป็นต้องอย่างเร่งด่วนที่จะต้องกำหนดมาตรฐานสปา รวมทั้งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจนในการประกอบธุรกิจสปา ซึ่งในขณะนี้กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดมาตรฐานสปา โดยมีประกาศกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย แยกออกจากสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งตามประกาศนี้มีการกำหนด มาตรฐานของสถานที่บริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อรับรองสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2547 เป็นต้นไป

1.2 การพัฒนาบุคลากรสปา

ปัจจุบันจำนวนบุคลากรสปาที่มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารธุรกิจสปา และบุคลากรที่เป็นพนักงานสปา มีจำนวนไม่เพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว รวมทั้งในภาคเหนือยังไม่มีสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสุขภาพที่มีมาตรฐาน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างและพัฒนาหลักสูตรเพื่อสามารถสร้างบุคลากรสปาที่มีความรู้ ความเข้าใจและมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจสปาให้ได้มาตรฐานอย่างแท้จริงเพื่อเข้าสู่ธุรกิจ สปาในระดับภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ

1.3 การส่งเสริมเอกลักษณ์

เนื่องจากธุรกิจสปากำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นธุรกิจสปาเชียงใหม่ จำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์สปาเชียงใหม่ที่นอกจากจะมีมาตรฐานสากลแล้วยังต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากสปาที่อื่น ๆ ในรูปแบบของไทยล้านนาสปา ที่มีลักษณะเฉพาะทั้งในด้านกายภาพ องค์ประกอบต่าง ๆ ตลอดจน Treatment ที่นำมาใช้

1.4 ส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์

เพื่อให้สปาเชียงใหม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสปาเชียงใหม่จำเป็นต้องรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาคุณภาพ และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ อาทิ ททท. และกรมส่งเสริมการส่งออก สนับสนุนการเปิดตลาดสปาเชียงใหม่ออกสู่สากลมากขึ้น

1.5 พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้บริการสปา

สมุนไพรไทยมีความหลากหลายและมีสรรพคุณที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใช้ในบริการสปาที่มีเอกลักษณ์โดยคนได้ โดยจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้ในบริการสปาให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือ วางใจและยอมรับในระดับสากล

4. แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพ

แนวทางการพัฒนาในระยะสั้น

พัฒนาบุคลากรสำหรับธุรกิจการสปา ให้มีความรู้และมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขในจำนวนที่เพียงพอต่ออารขยายตัวของธุรกิจสปา

แนวทางการพัฒนาในระยะยาว

พัฒนาบริการสปาเพื่อสุขภาพของเชียงใหม่สู่ระดับสากลและสามารถแข่งขันในตลาดโลก โดยการเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทยล้านนาสปา ที่สามารถนำเอาภูมิปัญญาล้านนาทั้งด้าน

ศาสตร์การนวด ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมมาผสมผสานกัน พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรสู่ระดับสากล

4.6.2 แนวทางพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1. ภาพรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ภาพรวม

1.1 สินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การดูแลสุขภาพโดยใช้แนวทางธรรมชาติบำบัดเป็นที่ได้รับความสนใจอย่างมาก ในปัจจุบัน คังนั้น สินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรจึงได้รับความนิยมอย่างมาก องค์การอนามัยโลก (The World Health Organization: WHO) ได้คาดการณ์ว่า ประชากรโลกประมาณ 4 พันล้านคน หรือร้อยละ 80 ของประชากรโลกใช้สมุนไพรในการรักษาสุขภาพเบื้องต้น จากข้อมูลองค์การอนามัยโลกพบว่าพืชสมุนไพรถึง 119 ชนิดที่มีสรรพคุณของยา โดยสมุนไพรร้อยละ 70 ถูกนำไปใช้เป็นส่วนผสมในยาสมัยใหม่ซึ่งเข้ามาแทนที่ยารักษาโรคแผนโบราณ ปัจจุบันบริษัทผลิตยาได้หันมาศึกษาวิจัยคุณสมบัติของพืชสมุนไพรในพื้นที่มรสุมเขตร้อน และแห่งอื่น ๆ เพื่อนำศักยภาพของตัวยานี้ในพืชสมุนไพรดังกล่าวมาแปรรูปเป็นยารักษาโรค ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับพืชสมุนไพร สำหรับผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม สุขภาพ บำรุงกำลัง และบำบัดโรค นอกจากนี้ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการเกี่ยวเนื่อง อาทิ ธุรกิจสปา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะสมุนไพร จึงเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นของตลาดทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

1.2 ศักยภาพด้านการตลาด

1) ตลาดต่างประเทศ มูลค่าการซื้อการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดโลกพบว่ามีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 46 ล้านล้านเหรียญ สรอ. โดยแบ่งเป็นกลุ่มรักษาสุขภาพ (Personal Care) คิดเป็นร้อยละ 8 กลุ่มลดความอ้วน (Diet) ร้อยละ 35 กลุ่มอาหารเสริม (Functional Foods) ร้อยละ 36 และกลุ่มผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและเกษตรอินทรีย์ (Natural & Organic Products) ร้อยละ 21

2) ตลาดภายในประเทศ สำหรับมูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์สุขภาพในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่ารวมประมาณ 4 หมื่นล้านบาท โดยจำแนกเป็นการผลิตเพื่อบริโภคเองภายในประเทศมีมูลค่าประมาณ 1.3 หมื่นล้านบาท และเป็นการนำเข้ามูลค่ารวมประมาณ 2.7 หมื่นล้านบาท โดยมีผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ประเภท

เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สมุนไพร และจากข้อมูลของสมาคมผู้ผลิตสมุนไพรพบว่ามูลค่าการส่งออกสมุนไพรไทยสู่ตลาดโลกปี 2546 มีมูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เด่น (Product of Excellence) 5 ชนิด คือ ขมิ้นชัน กระจ่างคำ กวาวเครือขาว ฟ้าทะลายโจร และใบหม่อน สำหรับปริมาณการส่งออกพืชสมุนไพรจะเพิ่มขึ้นประมาณปีละ 500 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ในส่วนของภาคเหนือกลุ่มล้านนา 8 จังหวัด พบว่ามีการรวมตัวกันเป็นชมรม แพทย์พื้นบ้านล้านนาจำนวนประมาณ 98 ชมรม และมีผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท ได้แก่ผลิตภัณฑ์ยา ทั้งประเภท ตำยา สมุนไพรเดี่ยวและยาตำรับ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม และผลิตภัณฑ์เครื่องมือ เครื่องใช้ในการแพทย์ล้านนา โดยทั้ง 98 ชมรมมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท ประมาณ 200 ล้านบาทต่อปี

การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

เนื่องจากปัจจุบันกระแสโลกให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าสุขภาพ ดังนั้นธุรกิจสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจึงเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการตลาดสูง ซึ่งเป็นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างมูลค่าเพิ่มและรัฐบาลไทยได้กำหนดให้บริการสุขภาพเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก นอกจากนี้ตลาดธุรกิจสุขภาพเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในระดับโลกและความต้องการภายในประเทศ ซึ่งหลายประเทศกำลังเร่งพัฒนาธุรกิจสุขภาพเช่นเดียวกันด้วยเหตุนี้การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จึงได้นำเอาแนวคิดการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) มาใช้วิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงสถานการณ์ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพในปัจจุบัน และเพื่อที่จะสามารถกำหนดตำแหน่งการพัฒนา (Positioning) ในช่วงระยะเวลา 5-10 ปี โดยมีการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนผลิตภัณฑ์สุขภาพ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนของผลิตภัณฑ์สุขภาพของเชียงใหม่และภาคเหนือ พบว่า

- 1) ภาคเหนือมีองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับพืชสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 2) สภาพภูมิประเทศเอื้ออำนวย ทำให้การผลิตพืชสมุนไพรมีคุณภาพ
- 3) วัตถุดิบมีคุณภาพและหลากหลาย
- 4) ภาคเหนือมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน
- 5) ความนิยมในการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

6) มีการพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์จนถึงในระดับชุมชน

7) หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มี

คุณภาพและตรงความต้องการของตลาด

2. การวิเคราะห์ภาวะอุปสงค์

จากการสำรวจข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขององค์การอนามัยโลก (The World Health Organization: WHO) รวมถึงมูลค่าการซื้อขายในระดับโลกและภายในประเทศพบว่าความต้องการของตลาดที่จะรองรับสินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นทั่วโลก เนื่องจากในปัจจุบันคนให้ความสนใจดูแลสุขภาพในแนวทางธรรมชาติมากขึ้น จึงทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ประกอบด้วยสินค้าประเภท ความงาม สุขภาพ บำรุงกำลัง และบำบัดโรค ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในปี พ.ศ. 2546 พบว่าความต้องการของตลาดโลกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพมีมูลค่าเท่ากับ 784 พันล้านบาท โดยส่วนแบ่งตลาดไทย คิดเป็นร้อยละ 0.13 ดังนั้นผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทยจึงมีโอกาสที่จะขยายตลาดต่อไปได้สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เด่น

3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้าน โครงสร้างและการแข่งขัน

ธุรกิจสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันในการทำธุรกิจเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จึงต้องเน้นด้านคุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพให้ได้มาตรฐานการผลิตให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระดับหนึ่ง

ปัจจัยที่จะเอื้อและส่งเสริมการแข่งขันของธุรกิจสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 นโยบายของรัฐบาลพระราชบัญญัติประกอบโรคศิลป์ ปี พ.ศ. 2545 กฎระเบียบที่ควบคุมกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในปัจจุบัน อาทิ GAP GMP HACCP Organic Thailand IFORM และมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้สินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้รับการยอมรับของตลาดทั้ง ภายในและนอกประเทศ

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม/ บริการที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ปัจจุบันมีอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการให้บริการด้านสุขภาพ ธุรกิจสปาซึ่งกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ สมาคมสมุนไพรแห่งประเทศไทย กรมการแพทย์แผนไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการส่งออก ชมรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพภาคเหนือ และวัด เป็นต้น

4. จุดอ่อน / ปัญหาของผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Health Product)

การพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพยังคงประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) วัตถุดิบมีปริมาณไม่เพียงพอ
- 2) ผู้ผลิตขาดความซื่อสัตย์ ปลอมปนสินค้า
- 3) กระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐาน
- 4) ขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
- 5) ขาดการวิจัยตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- 6) ขาดศูนย์กระจายสินค้า/แสดงสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5
ผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมผลข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด สุ่มสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.3 ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

5.4 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยวต่อนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.5 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 50 ชุด ที่ผู้ทำการศึกษาได้เก็บรวบรวม ซึ่งสามารถจำแนกข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานประกอบการ รูปแบบธุรกิจและรายได้เฉลี่ย เป็นลำดับดังนี้

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	30	60.0
หญิง	20	40.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน มีเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เป็นหญิง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 5.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	10	20.0
31 – 40 ปี	20	40.0
41 – 50 ปี	15	30.0
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	5	10.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	5	10.0
ปริญญาตรี	30	60.0
สูงกว่าปริญญาตรี	15	30.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 รูปแบบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5	10.0
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15	30.0
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10	20.0
ธุรกิจสปา	5	10.0
ธุรกิจสายการบิน	5	10.0
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10	20.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.4 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกและธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ธุรกิจสปาและธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	15	30.0
100,001-500,000 บาท	20	40.0
500,001-1,000,000 บาท	10	20.0
มากกว่า 1,000,000 บาท	5	10.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.5 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รายได้เฉลี่ย 500,001-1,000,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรายได้มากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปเป็นตารางดังนี้ คือ

ตารางที่ 5.6 การรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	ความคิดเห็น		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	5 (10.0)	10 (20.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)

ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)	-	10 (20.0)
รวม	40 (80.0)	10 (20.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.6 การรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปความคิดเห็นดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเป็นอย่างดีเพราะทุกนโยบายที่ส่วนกลางกำหนดมาต้องนำมาปรับสู่การทำแผนที่สอดคล้องปฏิบัติได้จริงและสัมฤทธิ์ผล เพราะหน่วยงานเป็นศูนย์กลางหลายด้าน เช่น ด้านการค้าและการลงทุน ด้านการแพทย์ สถานที่ท่องเที่ยว ขยายท่าอากาศยาน และมีความปลอดภัย บริการเป็นเลิศ ซึ่งนโยบายดังกล่าวมีการประชุมชี้แจงนโยบายและสั่งการเป็นหนังสือทางราชการ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ อสมท.

2. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จะไม่ทราบนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ที่ทราบนโยบายดังกล่าวจากสื่อต่าง ๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่และจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐจาก วิทยุ และรายการโทรทัศน์ ช่อง 11 จ.เชียงใหม่ รวมถึงเคยไปสัมมนาเรื่อง เชียงใหม่ Hub กับทางจังหวัดเชียงใหม่

3. ส่วนใหญ่ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จะรับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์จากสื่อ ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ยังไม่ทราบนโยบายโดยรวม ซึ่งคิดว่าทางรัฐบาลสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นที่ยอมรับของชาวไทยและชาวต่างประเทศและทำให้มีรายได้เข้าประเทศมากขึ้น

4. ส่วนใหญ่ธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบายจากจัดแถลงข่าว และมีการเชิญเจ้าของธุรกิจสปาที่ได้รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขเข้าร่วมรับฟัง ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

5. ส่วนใหญ่ธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบาย จากข่าวหนังสือพิมพ์และสื่อทางวิทยุรวมทั้งการเข้าร่วมประชุมของท่าอากาศยานเชียงใหม่

6. ส่วนใหญ่ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จะรับทราบนโยบายจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ

ตารางที่ 5.7 การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

กลุ่มตัวอย่าง	การมีส่วนร่วม		รวม
	ร่วม	ไม่ร่วม	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ผับ ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่ พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)	-	10 (20.0)
รวม	50 (100.0)	-	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.7 การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปความคิดเห็นดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น มีการจัดอบรมบุคลากรเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและรับทราบถึงแผนงานส่วนต่าง ๆ

มีการสนับสนุนให้บริการด้วยไมตรีจิตที่ดี ผลผลิตสินค้าขายที่มีคุณภาพราคาเป็นธรรม ให้ความสำคัญปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปรับปรุงกิจการของตนเองอยู่เสมอ รวมทั้งมีการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เสมอ เช่น การรักษาสภาพแวดล้อม ความสะอาด สาธารณูปโภค งานกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก ๆ ของเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว โดยสนับสนุนงบประมาณพัฒนาด้วย

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าได้มีส่วนร่วมในการสนองต่อนโยบายรัฐในการคืนภาษีให้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งบริเวณที่ตั้งของกิจการอยู่ด้านคอสูเทพและทางไปมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงอ่างเกษตรและร้านอาหารหลายร้าน จึงเป็นทางผ่านของนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ จึงมีส่วนร่วมในการขายสินค้าให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าได้มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความมีไมตรี มีการช่วยเผยแพร่ ทัศนกรรรมไทย ซึ่งเป็นงานฝีมือให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ แนะนำลูกค้าให้มาเที่ยวและซื้อสินค้า ได้มีส่วนร่วมสนับสนุนให้มีการจัดโปรโมชั่นในห้างต่าง ๆ จัดบูธ ต่าง ๆ ตามงานที่ทางรัฐบาลจัด รวมทั้งเวลานักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวหรือซื้อของก็ทักทายและขายของให้กับเขาในอัตราที่พอดีกับที่เราราบว่าต้นทุนและกำไรไม่ขายของจนแพงเกินไป

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือในการควบคุมสปาให้มีมาตรฐานทั้งด้านการบริการในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสม รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกับทางภาครัฐและเอกชนด้านข้อมูลและโปรโมชั่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลทุกอย่างกับภาครัฐ

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า มีส่วนร่วมในลักษณะการประกอบกิจการมีส่วนส่งเสริมทางตรงอยู่แล้ว มีการให้บริการผู้โดยสารเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดตามนโยบายของบริษัท รวมทั้งการจัดเที่ยวบินให้มากสอดคล้องกับผู้ที่ต้องการ โดยสารมาเชียงใหม่

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมโดยธุรกิจที่ทำอยู่เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนร่วมส่งเสริมภาครัฐ เมื่อภาครัฐมีการส่งเสริมมากขึ้น ซึ่งก็ต้องเพิ่มปริมาณของรถให้มากขึ้นเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเผยแพร่ให้อาหารไทยเป็นที่นิยม

ตารางที่ 5.8 การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	การเป็นสมาชิก		รวม
	เป็น	ไม่เป็น	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	-	15 (30.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	5 (10.0)	45 (90.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.8 การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า เป็นหน่วยงานยังไม่พร้อมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและความเป็นหน่วยงานเป็นองค์กรราชการมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก
2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะเป็นธุรกิจขายปลีก และไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกและการสมัครต่าง ๆ
3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะ ไม่ได้รับการติดต่อและไม่มีข่าวหรือข้อมูลขององค์กรใด ๆ

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า เป็นสมาชิก เพราะต้องการสร้างความเข้มแข็งให้งานด้านการบริการและต้องการความเป็นมาตรฐานให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จัก

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะยังไม่ได้รับการเชิญชวนให้เป็นสมาชิกและถือว่าเป็นองค์กรที่ต้องวางตัวเป็นกลาง

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่ายังไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะไม่ได้มีการประสานจากชมรมท่องเที่ยวและไม่มีเวลาพอ

ตารางที่ 5.9 บทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

กลุ่มตัวอย่าง	บทบาทและการได้รับประโยชน์		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ผสม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	-	15 (30.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	5 (10.0)	45 (90.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าในส่วนหน่วยงานของรัฐมีบทบาทการประสานงานกับกลุ่มสมาชิกให้สอดคล้องกับแผนและนโยบาย มีการให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และติดตามผลตลอดจนการให้คำแนะนำเพื่อทิศทางสู่ความเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค รวมทั้งการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจจากการให้บริการมากที่สุด ทำให้จังหวัดมีรายได้และกระจายรายได้ไปตามส่วนต่าง ๆ

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ไม่ได้เป็นสมาชิกจึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก จึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าจากการเป็นสมาชิกของสมาคมไทยล้านนาสปาภาคเหนือ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคม ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกคือได้ช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาปัญหาให้กับเพื่อนร่วมวงการการท่องเที่ยวที่มีกำลังใจในการทำงาน และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้รับการช่วยเหลือจากเพื่อร่วมธุรกิจ

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิกจึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก จึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

ตารางที่ 5.10 ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบาย

กลุ่มตัวอย่าง	ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรม		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ผับ ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	15 (30.0)	35 (70.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.10 ในด้านความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า เป็นหน้าที่โดยตรงที่ต้องปฏิบัติและติดตามผลตลอดจนการนำเสนอรายงาน ความคืบหน้าทั้งของส่วนหน่วยงานเองและขององค์กร-ชมรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด การได้เข้าร่วมเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้ช่วยจังหวัดดึงดูดผู้มาเยือนให้มากที่สุด เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ การได้เข้าร่วมโดยอ้อมเป็นเพียงผู้สนับสนุนงบประมาณและกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ของรัฐ และมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์และภาพรวมแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

2. ส่วนใหญ่ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ระบุว่าเป็นการให้ส่วนลคกับนักท่องเที่ยวตามที่การท่องเที่ยวจัดรายการมา ควรมีโอกาสอย่างต่อเนื่อง เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การได้เข้าร่วมเป็นบางครั้งและมีความเห็นว่าควรจะดำเนินนโยบาย Hub หรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวและควรให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมและรับทราบมากกว่านี้

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เข้าร่วม กิจกรรม

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งของ ททท.ภาคเหนือ โดยให้ความร่วมมือด้วยดีมาตลอดทั้งด้านข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ รวมไปถึงโปรโมชั่นทาง ททท. ต้องการเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเชียงใหม่มากขึ้น

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าได้เข้าร่วม เพราะได้รับประโยชน์จากข้อมูลต่าง ๆ และนำมาปรับให้สอดคล้องกับงาน

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่า ไม่ได้เข้าร่วม แต่ก็มี ความสนใจกับกิจกรรมและนโยบายที่ภาครัฐมี ตารางที่ 5.11 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	ปัญหาและอุปสรรค		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)

ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)		10 (20.0)
รวม	50 (100.0)		50 (100.0)

จากตารางที่ 5.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ากิจกรรมต่าง ๆ มักได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากองค์กร-ชมรมด้านการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการส่งเสริมบางด้านก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่จากปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าหรือประสิทธิภาพของกิจกรรมสนับสนุนบ้าง การได้เข้าร่วมสัมมนาในการสนองตอบนโยบายของรัฐ และนำเสนอปัญหา การดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวหลักในเขต อบต. และยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม มีการรณรงค์ บางครั้งไม่ทั่วถึงและใช้เวลาระยะสั้นเกินไปไม่ต่อเนื่อง และมีบางหน่วยงานระบุว่าไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมโดยตรง เนื่องจากมีหน่วยงานของรัฐหลักที่จะดำเนินกิจกรรมอยู่ก่อนแล้ว เพียงแต่สนับสนุนกิจกรรมทางอ้อม

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุม หากมีการผลักดันการท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะกระตุ้นยอดขายของกิจการได้ดีทีเดียว

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงการประสานงานยุ่งยากมาก และควรมีการปรับปรุงถนนหนทางให้ดีขึ้นและข้างทางควรจะมีไฟด้วย

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีการประสานงานที่ไม่เข้มแข็งและต่อเนื่องทำให้กิจกรรมบางกิจกรรมจะต้องเสียไปอย่างน่าเสียดาย

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ไม่ได้ระบุความคิดเห็นในเรื่องนี้

6. ส่วนใหญ่ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่ได้ระบุความคิดเห็นในเรื่องนี้

5.3 ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและแนวโน้มในอนาคต

1. รูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน

1.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า จากผลประกอบการของกลุ่มโรงแรมจะค่อนข้างลดลงบ้าง มีการตอบรับต่อกิจกรรมของภาครัฐด้านการท่องเที่ยวดีพอใช้ สถานประกอบการต่างๆ ควบคุมและลดขนาดการให้บริการลงบ้าง แนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวจะเป็นหมู่คณะมากขึ้น สำหรับการท่องเที่ยว ยังเป็นลักษณะของการพาชมโบราณสถาน สถานที่สำคัญ เช่นเดิมทำให้ไม่มีสิ่งจูงใจใหม่ ๆ ควรจะปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เหมาะสมโดยเน้นไปในทางต่าง ๆ เช่น เชิงอนุรักษ์ เชิงการเกษตร เชิงสุขภาพ เป็นต้น และมีการแข่งขันสูงโดยเฉพาะ การท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดต่างๆ พยายามมีจุดดึงดูดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เสมอๆ

1.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าสินค้ามีราคาสูงขึ้น ต้นทุนมากขึ้นทำให้สินค้าหรือรายจ่ายต้องเพิ่มราคา ถ้าจะเข้าร่วมกับการท่องเที่ยว สำหรับงานที่ทำอยู่ จะต้องปรับปรุงและทำให้ครบวงจร คือ ทำผม-สปา-นวดต่าง ๆ แต่ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ มีการแข่งขันสูงและมีรูปแบบการบริการและทางเลือกใหม่แก่ลูกค้ามากขึ้น

1.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเดินทางมาน้อย ธุรกิจปัจจุบันอัตราการซื้อขายสินค้าลดลง แนวโน้มทางธุรกิจกำลังชะลอตัว และแนวโน้มเป็นไปในทางที่ค่อย ๆ คืบขึ้น บางที่เงียบเหงาและรูปแบบยังคงเดิมยังไม่เปลี่ยนแปลงแพ้กถึง ธุรกิจปัจจุบันถือว่าช่วงนี้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยเยอะทำให้การผลิตสินค้าออกมาได้ขายค่อนข้างช้าไปหน่อย และความน่าจะไปได้ดีเพราะชาวต่างชาตินิยมมาซื้อของที่ประเทศไทย/ เชียงใหม่ และคุณภาพสินค้าทัดเทียมกับต่างประเทศและราคาถูก

1.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าแนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคตน่าจะเป็นที่เข้าถึงธรรมชาติมากขึ้น ควบคู่ไปกับมาตรฐานการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการที่ถูกค้ำคาคหวังให้เป็นมากขึ้น แนวโน้มจะดีขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต เพราะประชาชนทั่วไปให้ความสนใจมากขึ้น และรูปแบบการทำธุรกิจ จะเน้นเรื่องประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน

1.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าในส่วนของบริการสายการบิน การขยายตัวของ Low cost Airline เพิ่มมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินปกติลดลง รูปแบบใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น ธุรกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่ม

มากขึ้น ปัจจุบันธุรกิจที่ได้ประกอบยังอยู่ในขั้นทรงตัว อันเนื่องมาจากยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ซึ่งให้ความสนใจกับธรรมชาติในรูปแบบของจังหวัดเชียงใหม่ ถึงแม้จะมีการพัฒนาในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเยอะมากก็ตามและมีการแข่งขันสูง

1.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการแข่งขันกันมากขึ้น รูปแบบของธุรกิจพัฒนาและขยายตัวสูงขึ้น ปัจจุบันธุรกิจเริ่มดีขึ้น ถูกค้ำมาที่เชียงใหม่มากขึ้น

2. สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า สภาพทางกายกรรมชาติมีผลต่อการท่องเที่ยวค่อนข้างมากสภาพทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทนเบี่ยงทิศทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ควรจะต้องเข้มงวดเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้มากขึ้น เศรษฐกิจที่ถดถอยมีผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเดิมไม่ได้รับการพัฒนาขาดงบประมาณ สวนทางกั้นนโยบาย

2.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าเรื่องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและสถานะของดินฟ้าอากาศและปัจจัยทางเศรษฐกิจ

2.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่าต้นทุนในการลงทุนสูง มีการแข่งขันมากและตัดราคาสินค้าและบริการกันเองระหว่างผู้ดำเนินกิจการ ปัญหาทางการเมือง เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย มีฝนตกทำให้นักท่องเที่ยวน้อยและปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการกระตุ้นและโปรโมชั่นขมวดต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการคิดค่าผ่านด่านแพงและเพิ่มเปอร์เซ็นต์ของไกด์

2.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือสภาพอากาศและปัญหาทางการเมืองของประเทศ มีผลให้จำนวนลูกค้าลดลงจากปีที่แล้วถึง 50 % และ ลูกค้าลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ

2.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า การลดราคา Low cost Airline ทำให้ลูกค้าลดจำนวนลง ความทันสมัย เทคโนโลยียังไม่สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดได้และข่าวการก่อการร้ายทั่วโลก มีผลทำให้การท่องเที่ยวลดลง

2.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ในสภาวะการณ์ที่ผ่านมามีวิกฤตการเมืองและสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อมีคนเพิ่มมากขึ้น

ก็มีคู่แข่งทางธุรกิจมากขึ้น การขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการปลูกฝังคนในท้องถิ่นช่วยกันดูแล ศิลปวัฒนธรรมของตน ถึงแม้ว่าเราจะคงสภาพการท่องเที่ยวในแบบธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่เกิดขึ้นกับธุรกิจนั้นก็ไม่น้อย อาทิเช่น ปัญหาทางด้านการคมนาคมขนส่ง ปัจจัยเรื่องน้ำมัน ปัญหาทางการเงินและสภาพแวดล้อม เช่น สภาพอากาศและการเมือง

3. แนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว

3.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า การพัฒนาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันมากพอสมควรและคาดว่าจะได้รับการปรับงบประมาณ สนับสนุนมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป เพื่อให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค เน้นการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม และการท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวจัดสร้างขึ้น เช่น สวนสัตว์กลางคืน และพืชสวนโลก จะมีการนำเอาภาคเอกชนมาส่งเสริมมากขึ้น เป็นธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

3.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า สร้างสิ่งประทับใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด ควรเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการพัฒนาแบบขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นแนวทางการบริการที่หลากหลายขึ้น

3.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า การพัฒนาต้องอิงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และไม่ควรทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและการค้ารงกิจกรรมประจำวันในการประกอบอาชีพดั้งเดิมโดยขยายเขตเมืองครอบคลุมจำวิถีชีวิตชาวบ้าน นำบ้านจัดสรรรุกเข้าไปทางชนบท ฯลฯ การพัฒนาการเมืองให้มั่นคง จัดสรรบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและสถานประกอบการเพื่อนำไปสู่แนวทางที่ดีขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะดีขึ้น โดยธุรกิจต่อไปข้างหน้าก็จะมีการติดต่อทางอินเตอร์เน็ต

3.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าธุรกิจสปาที่มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงธรรมชาติมากขึ้นโดยที่ จะต้องมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Product Massage และ Service และแนวทางที่จะต้องผสมผสานกันระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล

3.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าในส่วนงานขายมีการพัฒนาและปรับปรุง โปรโมชันต่างๆ ให้เป็นไปตามแนวโน้มผู้โดยสารและเศรษฐกิจในขณะนั้น ๆ ความสะดวก รวดเร็ว ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดแผนการเดินทางเอง และความหลากหลายและตอบสนองความต้องการได้ทุกประเภท

3.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการขยายรูปแบบมากขึ้น เน้นภาคการบริการ ธุรกิจท่องเที่ยว ต่างขยายตัวและรวมตัวกันมากขึ้น ในอนาคตข้างหน้า อาจจะมีบริการที่รวมกันเป็นแพคเกจ เช่น เช่ารถพร้อมที่พัก อยากให้ช่วยกันทำการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้และอาจมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่ยังมีจำนวนน้อยแล้ว การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการปรับปรุงแบบน่าจะเป็นในการปลอดภัย ความสะดวกสบาย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะคำนึงถึงจุดนี้เป็นอย่างมาก และ เน้นคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาครัฐบาลที่มีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

4.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการสนับสนุนด้านงบประมาณต่อกิจกรรมส่งเสริมการประสานการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การกระตุ้นผ่านสื่อระหว่างประเทศและภายในประเทศ ความเป็นธรรมในการให้บริการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด มีส่วนโดยตรงในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพ และช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและมีส่วนมากที่จะช่วยในการจัดทำโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวและแรงซื้อ

4.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่พบว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมากขึ้นจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาไม่ขาด แม้จะเป็นช่วงของเดือนที่ไม่มีวันหยุดก็ตาม ช่วยจัดอบรมต่าง ๆ เปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจ เป็นฝ่ายสนับสนุนกระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรมีฝ่ายกระตุ้นนักท่องเที่ยวจากต่างชาติให้เข้ามามากขึ้น และอีกส่วนควรสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่คนไทยด้วยกันโดยกำหนดราคาที่พัก และค่าโดยสารให้ลดลง

4.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการพัฒนาด้านการคมนาคม ที่อยู่อาศัยดีขึ้น เดินทางสะดวกสบาย และก็เป็นตัวช่วยเร่งให้สังคมชนบทหายไป ภาครัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมากเช่น การช่วยเหลือในการดูแล product รูปลักษณ์และหาตลาดให้ อยู่ในระดับปานกลาง มีมากแต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จมาก ภาครัฐมีส่วนร่วมคือช่วยให้ประชาชนอย่างเรามีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น และส่งเสริมด้านงบประมาณต้นทุน

4.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่ามีส่วนช่วยผลักดันธุรกิจสปาให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปมากขึ้น และรวมไปถึงมีการ โพรโมทให้ข้าราชการ ได้รับการนวดบำบัด โดยเบิกค่าใช้จ่ายกับภาครัฐได้อีกด้วย ภาครัฐมีส่วนร่วมในการทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต และทำให้ทั่วโลกได้รู้จักสปาของไทยมากขึ้น

4.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า รัฐช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดงานโครงการหรือนิทรรศการต่าง ๆ ให้สนใจเดินทางมากขึ้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคิดว่าเชียงใหม่จะพัฒนาไปทางไหน วัฒนธรรมหรืออุตสาหกรรม มีส่วนคือ ภาครัฐประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมสถานที่และการท่องเที่ยว

4.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ควรสนับสนุนทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ภาครัฐมีส่วนร่วมมาก เช่น แนะนำแหล่งท่องเที่ยว จัดงานกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภาครัฐมุ่งให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างมีฐานะดี โดยมองข้ามนักท่องเที่ยวระดับธรรมดาโดยๆ ไม่ได้คำนึงว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระดับธรรมดา มีจำนวนมากกว่าและมีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า ภาครัฐได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว ทั้งนี้ในส่วนที่อยากให้พัฒนา น่าจะเป็นทางด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบธุรกิจ ได้จัดการให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนทั้งนี้เพื่อการเจริญเติบโตในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในขั้นต่อไป

5. ในการพัฒนาธุรกิจเกิดจากแนวโน้มของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยจากการส่งเสริมโดยภาครัฐ

5.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาครัฐได้ทุ่มเทต่อการท่องเที่ยวภาคเหนือทุกรูปแบบ ส่วนการตลาดย่อมต้องพึ่งพาทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกัน ภาครัฐมีส่วนมากในการพัฒนาธุรกิจเป็นผู้บุกเบิกหรือให้คำแนะนำเพื่อเอกชนจะดำเนินการพัฒนาธุรกิจของตนเองและปัจจัยส่งเสริมโดยภาครัฐมากกว่า เนื่องจากเป็นหน่วยงานราชการ

5.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญและส่งเสริมโดยภาครัฐควรมีบทบาทผสมผสานกันไป

5.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยด้านการตลาดมากกว่า เพราะภาครัฐจะช่วยในสิ่งที่ป็นองค์กรหลักใหญ่ ๆ

5.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยทางการตลาด

5.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันสูงทำให้ระบบตลาดโต แต่ควรมีทั้งสองปัจจัยเท่า ๆ กันเพราะต้องส่งเสริมไปพร้อม ๆ กัน

5.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาด เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ นักท่องเที่ยวต้องสัมผัสและรับรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเหตุนี้จึงต้องส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง

6. ปัจจัยด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมจากภาครัฐมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

6.1 ปัจจัยด้านการตลาด เช่น (การแข่งขัน, รูปแบบ, ลูกค้ำ)

1. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่พบว่า อาจให้เอกชนเข้าร่วมพัฒนา การตลาด จัดแคมเปญ น่าสนใจ ไม่ค่อยมีผลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของ อปท. นอกจากภาคเอกชนจัดรูปแบบและ กิจกรรมส่งเสริมการขาย การตลาดเอง การแข่งขันเป็นการดีเพื่อลูกค้าจะมีโอกาสในการเลือก ใช้บริการและเกิดความพึงพอใจ และทำให้เราต้องพัฒนาองค์กรของตนเองให้เดินหน้ากว่าคู่แข่ง ตลอดเวลา
2. ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ ระบุว่า ควรจัดให้มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาในเชียงใหม่ รูปแบบ การตลาดควรแปลกแหวกแนวจากคู่แข่ง และผลักดันการแข่งขันที่สูงขึ้น
3. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางด้านลูกค้า ปริมาณการซื้อ ของลูกค้าลดลง อาจจะเป็นเพราะภาวะทางเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมัน และราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้น การพัฒนารูปแบบสินค้า การแข่งขัน มีส่วนมาก ด้านการแข่งขันทางร้านเราถือคติที่ว่าทำให้ดีและ ราคาย่อมเยากี่พอ
4. ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจสปาทั้งใน ด้านของรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ด้านการบริการที่มีคุณภาพ และลูกค้าที่ต้องการ คุณภาพจากการนวดจริง ๆ และมีส่วนในการพัฒนารูปแบบธุรกิจ เพราะปัจจุบันภาครัฐสนับสนุน ให้สปาของไทยไปสู่สากล
5. ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ทำให้ธุรกิจต้องมีการคิดพัฒนารูปแบบการ ให้บริการอยู่ตลอดเวลา ไม่ย่ออยู่กับที่ รูปแบบบางรูปแบบต้องได้รับการส่งเสริมจากรัฐ เช่น ไนท์ ซาฟารี ธุรกิจพัฒนาในทางที่ดี มีผลกำไรมากขึ้นและนำไปลงทุนในส่วนขยายอื่นๆ ต่อไป
6. ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า การแข่งขัน สูงมีการขยายตัวของรูปแบบธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจต้องพัฒนาไปด้วย เช่น รูปแบบที่ดีขึ้น คุณภาพ สินค้าดีขึ้น มาตรฐานของสินค้าต้องดีขึ้น ราคาของคู่แข่งและการขยายสาขาและปรับปรุงของคู่แข่ง การพัฒนาธุรกิจตนเองให้มีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือมากกว่าคู่แข่ง ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการ โดยที่ไม่ต้องถูกบังคับ ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยวสนใจในการเลือกใช้บริการในสินค้าของเรา เมื่อภาครัฐมีการส่งเสริมก็จะนำ นักท่องเที่ยวมากขึ้น ธุรกิจก็จะตามไปด้วย และรัฐบาลได้มีการจัดสรรหารูปแบบการพัฒนาธุรกิจ

ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจมีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้รับการพัฒนาไปด้วย

6.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ

1. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการกำกับดูแลผู้ประกอบการ การส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นโยบายของรัฐบาล ที่มีการส่งเสริมทำให้การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา งบประมาณเฉพาะกิจที่มีในหน่วยงานต่าง ๆ นำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตามประเพณีทางวัฒนธรรมและเทศกาลต่าง ๆ และการให้รัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม พร้อมพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

2. ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวทางการส่งเสริมจากภาครัฐไม่ชัดเจนเท่าไรนักหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรัฐส่งเสริมธุรกิจแก่ภาคเอกชนน้อยมาก

3. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ได้รับผลประโยชน์เลย ส่งเสริมทางด้านกรท่องเที่ยว ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมีน้อยมาก ภาครัฐควรส่งเสริมให้ธุรกิจนี้ในด้านการพัฒนา และทำให้รู้แหล่งการผลิตและจำหน่ายมากขึ้น

4. ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า รัฐช่วยผลักดันให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและรัฐช่วยผลักดันให้รู้จักไปทั่วโลก

5. ธุรกิจสายการบิน พบว่า เป็นตัวแปรเสริมที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางมากขึ้น สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เช่น บ้านแม่คำปอง หรืออื่น ๆ และควรจะมีมากกว่านี้และ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ไม่ระบุนความคิดเห็นในเรื่องนี้

5.4 ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. ปัญหาและอุปสรรคที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาความปลอดภัย การแพร่ข่าวสารความมั่นคงภายในประเทศ สถานการณ์จากภัยธรรมชาติส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลง ผู้ประกอบการเห็นแก่ตัวไม่มีความรับผิดชอบ การให้บริการไม่ยุติธรรม ผู้ให้บริการไม่สุภาพ สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม

มีปัญหาทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวลดลงธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวและ นโยบายของรัฐ มักจะใช้ในทางปฏิบัติไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ไม่ประสบผลสำเร็จ ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ได้ดีขึ้น

1.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ ระบุว่า มีคู่แข่งมากมีการตัดราคากันเอง มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจคล้ายกัน และต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่ตึงเครียดขึ้น

1.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ธุรกิจปัจจุบันเป็นธุรกิจที่มีมือใครยาวสาว ได้สาวเอาไม่ค้อยที่จะเกือหนุนและมีแต่การเอาหน้าของคนของกลุ่มผลประโยชน์แท้จริงและสูงสุด ไม่ค้อยมี ปัญหาบุคลากรเช่นการสื่อสารยังไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาด้านการเมือง และปัญหาด้านการคมนาคม ยังไม่ดีพอ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ค้อยจะซื้อของกลับ และการคิดค่าโดยสารแพงสำหรับชาวต่างชาติ

1.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาทางด้านนโยบายบางที่มีการคิดที่จะทำแต่ไม่มีการสานต่อ และมีปัญหาเรื่องจำนวนลูกค้า สภาพปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาค่าน้ำมันและภาษีการบินที่เพิ่มมากขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจ และเกิดความแตกแยกระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า สภาพการเมือง และเศรษฐกิจ ภาครัฐไม่สนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และไม่มีการจัดรูปแบบในการพัฒนา จะเป็นลักษณะซ้ำ ๆ ปัญหาการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางมา ปัญหาน้ำท่วม ความปลอดภัยและธุรกิจส่วนใหญ่มีชาวต่างชาติเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้คนไทยขาดรายได้

2. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ

2.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และ สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า งบประมาณด้านการกระตุ้น การส่งเสริมที่ทำให้สายงานต่าง ๆ ขับเคลื่อนไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น การให้ความสำคัญคุ้มครองไม่ทั่วถึง รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ไม่พัฒนาและไม่ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว ปัญหาขยะเชียงใหม่ ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว และภาพรวมและนโยบายยังไม่ชัดเจนและนโยบายบางอย่างไม่สนับสนุนอย่างแท้จริง

2.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ ระบุว่า การประชาสัมพันธ์น้อยเกินไปและ เจ้าหน้าที่และผู้ส่งเสริมไม่เพียงพอ

2.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า บุคลากรที่จะดำเนินงานและให้ข้อมูลมี น้อยมาก ภาครัฐได้ดำเนินงานดีในระดับหนึ่งแล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยว มีปัญหาด้านการประสานงาน สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอและเส้นสายในการเข้าไปขายบางคนไม่สามารถเข้าไปขายได้ ให้แต่คนรู้จักกันก่อน

2.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า มีขั้นตอนในการทำงาน และดำเนินงานเยอะเกินไป ทำให้มีความยุ่งยาก

2.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ระบบการทำงานที่มีการดำเนินการล่าช้า เพราะต้องผ่านหลายหน่วยงาน การแข่งขันธุรกิจกันเองทำให้บางตลาดเสียไป ศูนย์กลางหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือประสานงาน เพื่อทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง ยังไม่ชัดเจน ใครจะรับผิดชอบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานล่าช้า กฎหมายหรือกฎระเบียบไม่สอดคล้องกับการท่องเที่ยว

2.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าภาครัฐไม่ค่อยมีส่วนสนับสนุน การให้ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง ตัวอย่างเช่น การขนส่งมวลชน ปริมาณของรถที่รัฐดำเนินการ ไม่เพียงพอต่อความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยว ภาครัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจส่วนใหญ่ ที่ได้เงินมากๆ เช่น สนใจตัวเลขจาก โรงแรม/สปา โดยมองข้ามธุรกิจขนาดเล็ก แต่เป็นธุรกิจที่ทำกำไรดีและต่อเนื่อง เช่น ภาครัฐควรส่งเสริมอาหารไทยที่ทำภายในประเทศมากกว่า มุ่งส่งเสริมอาหารไทยมุ่งสู่ครัวโลก เนื่องจากการส่งเสริมภายใน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาไทยเพิ่มขึ้นและระบบการทำงานของรัฐบาลล่าช้า มีงบประมาณน้อยและเศรษฐกิจ การเมือง ในเมืองไทยยังไม่คงที่ ส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า

3. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ

3.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของประเทศ โดยเฉพาะด้านความมั่นคงและปลอดภัย เป็นหลักสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทนในการทำให้เชียงใหม่เป็นแหล่งสำคัญ

3.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาดินฟ้าอากาศ น้ำท่วม ฤดูฝนที่มีช่วงเวลานาน

3.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการพัฒนาด้านถนนหนทางโดยทำลายสิ่งแวดล้อมเดิม ไม่มีการวางผังเมืองให้เด่นชัดพัฒนาสเปะสะปะ และอย่างถนนคนเดิน มีการเช่าช่วงต่อที่แพงสำหรับคนที่มาขายสินค้า

3.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีความคิดเห็น

3.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีความคิดเห็น

3.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีปัญหาด้านการเมือง น้ำมันแพงส่งผลให้วัตถุดิบอื่น ๆ ขึ้นราคาและคู่แข่งมีเพิ่มมากขึ้น

5.5 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. นโยบายรัฐที่ต่อเนื่องพร้อมงบประมาณเสริมที่พอเพียง ต่อการพัฒนาบุคลากร และสถานที่ท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและจังหวัดเชียงใหม่ควรสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวให้เน้นเรื่องวัฒนธรรมประเพณีและจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับท้องถิ่น โดยดึงภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐมาช่วยกัน

2. การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรจะให้การสนับสนุนให้ดีที่สุด และคู่มือที่ดีที่สุด การดูแลก็ควรดูแลในระยะยาว ไม่ใช่ดูแลในขณะที่โปรโมตเท่านั้น อีกทั้งต้องมีความหลากหลายทั้งด้านประเพณีให้คงเดิมกับความทันสมัยที่ดูเข้ากันลงตัว ควรจัดอบรมพัฒนาผู้ให้บริการต่างๆ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าสร้างสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ และควรเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ ภาครัฐควรส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น

3. การที่จะทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในปัจจุบันต้องพยายามอย่างมาก เพราะ ปัจจุบันจุดขายของเชียงใหม่ได้ถูกทำลาย และการคุกคามจากสังคมและวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นเราต้องส่งเสริมให้บ้านเราอนุรักษ์รักษาวรรณธรรมดั้งเดิม ธรรมชาติให้คงอยู่อย่างถาวรเสียก่อน ไม่ใช่จะทำการขายการท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงตกแต่งธรรมชาติให้สวยงามด้วยน้ำมือมนุษย์ไม่ยั่งยืน การส่งเสริมนโยบายให้พัฒนาบุคลากรและการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรส่งเสริมในด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับรู้กันโดยทั่วถึงให้มากกว่านี้ อยากให้รัฐได้นำคนต่างชาติเข้ามาลงทุนในเชียงใหม่มาก ๆ และจัดทำให้เชียงใหม่เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับใจของชาวต่างชาติด้วย และควรกำจัดระบบเส้นสายในการดำเนินงานก่อน

4. ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและรักษาคุณภาพ มาตรฐาน การทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและจะต้องมีการยกย่องสถาที่ที่ได้รับมาตรฐานและมีคุณภาพให้รู้จักกัน โดยทั่ว

5. ควรมีหน่วยงานเจ้าภาพมีทั้งอำนาจสั่งการและงบประมาณแล้วค่อยแบ่งเป็น CUSTER กันทำงาน และรัฐควรส่งเสริมทางการประชาสัมพันธ์เชียงใหม่ให้มากขึ้น

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ภาครัฐสนใจผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น โดยประชาชนต้องให้ความร่วมมือและรัฐต้องมีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือศิลปวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของไทยมาเป็นจุดขาย เช่น คนตรีไทย รำไทย การละเล่นที่สูญหายไปกลับมาอีกครั้ง รวมทั้งสิ่งที่ควรคำนึงคือการคมนาคมที่สะดวกสบายปลอดภัยและค่าครองชีพของประชาชนในการประกอบอาชีพ (อัตราการว่างงานต่ำ)

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมผลข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด สุ่มสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด

6.1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีอายุประมาณ 31 – 40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

2. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1) นโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่จะรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเป็นอย่างดีเพราะนโยบายที่ส่วนกลางกำหนดมาต้องนำมาปรับสู่การทำแผนที่สอดคล้อง ปฏิบัติได้จริงและสัมฤทธิ์ผล ซึ่งนโยบายดังกล่าวมีการประชุมชี้แจงนโยบายและตั้งการเป็นหนังสือทางราชการรวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และกลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

- 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่นและรวมทั้งมีการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่นการจัดอบรมบุคลากร การรักษาสภาพแวดล้อม ความสะอาด สาธารณูปโภค งานกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ และกลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่ามีส่วนร่วมในการสนองต่อนโยบายรัฐในการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

- 3) การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นหน่วยงานยังไม่พร้อมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิกและไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก

- 4) บทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการประสานงานกับกลุ่มสมาชิกให้สอดคล้องกับแผนและนโยบาย ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและติดตามผลตลอดจนการให้คำแนะนำ รวมทั้งการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์ เพื่อทิศทางสู่ความเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ไม่ได้ระบุมุมมองความคิดเห็น

- 5) ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายนี้

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นหน้าที่โดยตรงที่ต้องปฏิบัติและติดตามผลตลอดจนการนำเสนอรายงาน และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่าเป็นการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวตามที่การท่องเที่ยวจัดรายการมา ควรมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดและควรรีให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมและรับทราบมากกว่านี้

- 6) ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า การส่งเสริมบางด้านก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่จากปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าหรือประสิทธิภาพของกิจกรรม และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและไม่ต่อเนื่อง

3. ข้อมูลการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและแนวโน้มในอนาคต

1) รูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า แนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น การเที่ยวเป็นหมู่คณะมากขึ้น ควรจะปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมโดยเน้นเชิงอนุรักษ์ เชิงการเกษตร เชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่าสินค้ามีราคาสูงขึ้น แต่ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ มีการแข่งขันสูงและมีรูปแบบการบริการและทางเลือกใหม่แก่ลูกค้ามากขึ้น แนวโน้มทางธุรกิจกำลังชะลอตัว และแนวโน้มเป็นไปในทางที่ค่อย ๆ ดีขึ้น แนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคตน่าจะเป็นที่เข้าถึงธรรมชาติมากขึ้น ควบคู่ไปกับมาตรฐานการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการ การขยายตัวของ Low cost Airline เพิ่มมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินปกติลดลง และมีการแข่งขันกันมากขึ้น

2) สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่าสภาวะทางภัยธรรมชาติและสภาวะทางการเมือง รวมทั้ง เรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและ สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่าเรื่องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและสภาวะของคินฟ้าอากาศและปัจจัยทางเศรษฐกิจ ต้นทุนในการลงทุนสูง มีการแข่งขันมาก และปัญหาทางการการลดราคา Low cost Airline ทำให้ลูกค้าลดจำนวนลง และข่าวการก่อการร้ายทั่วโลก มีผลทำให้การท่องเที่ยวลดลง การขาดการประชาสัมพันธ์ ปัญหาทางการคมนาคมขนส่ง (น้ำมันสภาพเศรษฐกิจ)

3) แนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า การพัฒนาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันมากพอสมควรและคาดว่าจะได้รับการปรับงบประมาณ สนับสนุนมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป เน้นการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม และการท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวจัดสร้างขึ้น รวมทั้งธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ระบุว่าควรเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เน้นแนวทางการบริการที่หลากหลายขึ้น การพัฒนาต้องอิงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และ ไม่ควรทำลายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติและการค้ารงกิจกรรมประจำวัน และมีแนวโน้มว่าจะดีขึ้น โดยธุรกิจต่อไปข้างหน้าก็จะมีการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ธุรกิจสปาที่มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงธรรมชาติมากขึ้นและผสมผสานกันระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล มีการพัฒนาสายการบินและปรับปรุงโปรโมชั่นต่างๆ ให้มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการได้ทุกประเภท และมีการขยาย

รูปแบบมากขึ้น เน้นภาคการบริการ อาจจะมีบริการที่รวมกันเป็นแพคเกจ เช่น เช่ารถพร้อมที่พัก อยากรให้ช่วยกันทำการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้และอาจมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น รวมทั้ง การปรับปรุงระบบความปลอดภัย ความสะดวกสบาย เน้นคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาครัฐบาลที่มีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการสนับสนุนด้านงบประมาณต่อกิจกรรมส่งเสริม การประสานการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การกระตุ้นผ่านสื่อระหว่างประเทศและภายในประเทศ ความเป็นธรรมในการให้บริการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่พบว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น ช่วยจัดอบรมต่าง ๆ และเปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจ มีการพัฒนาด้านการคมนาคม ที่อยู่อาศัยดีขึ้น การเดินทางสะดวกสบาย และภาครัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจมากขึ้น มีส่วนช่วยผลักดันธุรกิจสปาให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปมากขึ้นและภาครัฐมีส่วนร่วมในการทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต ส่วนใหญ่ระบุว่า รัฐช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดงานโครงการหรือนิทรรศการต่าง ๆ ให้สนใจเดินทางมากขึ้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและควรสนับสนุนทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และภาครัฐมีส่วนร่วมให้มาก

5) ในการพัฒนาธุรกิจเกิดจากแนวโน้มของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยจากการส่งเสริมโดยภาครัฐ

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาครัฐได้ทุ่มเทต่อการท่องเที่ยวภาคเหนือทุกรูปแบบ ส่วนการตลาดย่อมต้องพึ่งพาทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกัน ภาครัฐมีส่วนมากในการพัฒนาธุรกิจ เป็นผู้บุกเบิกหรือให้คำแนะนำเพื่อเอกชนจะดำเนินการพัฒนาธุรกิจของตนเองและปัจจัยส่งเสริมโดยภาครัฐมากกว่า และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญ

6) ปัจจัยด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมจากภาครัฐมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

6.1) ปัจจัยด้านการตลาด เช่น (การแข่งขัน, รูปแบบ, ลูกค้าน้ำ)

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่พบว่า ภาคเอกชนจัดรูปแบบและ กิจกรรมส่งเสริมการขาย การตลาดเอง การแข่งขันเป็นการดีเพื่อลูกค้าจะมีโอกาสในการเลือกใช้บริการและเกิดความพึงพอใจ และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า ควรจัดให้มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นรูปแบบการตลาดควรแปลกแหวกแนวจากคู่แข่ง และผลักดันการแข่งขันที่สูงขึ้น ปัจจัยทางด้านลูกค้า ปริมาณการซื้อของลูกค้าลดลง และด้านการแข่งขันถือคติที่ว่าทำให้ดีและราคา ย่อมเขาก็พอ ปัจจัยด้านการตลาดมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจสปาทั้งในด้านของรูปแบบที่มีเอกลักษณ์

เป็นของตนเอง ด้านการบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ธุรกิจต้องมีการคิดพัฒนารูปแบบการให้บริการ อยู่ตลอดเวลา และการแข่งขันสูงมีการขยายตัวของรูปแบบธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจต้องพัฒนาไปด้วย เช่น รูปแบบที่ดีขึ้น คุณภาพสินค้าดีขึ้น มาตรฐานของสินค้าต้องดีขึ้น ราคาของคู่แข่งและการขยายสาขาและปรับปรุงของคู่แข่ง

6.2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่มีการกำกับดูแลผู้ประกอบการ กิจกรรม การส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นโยบายของรัฐบาล ที่มีการส่งเสริมทำให้การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา งบประมาณเฉพาะกิจที่มีในหน่วยงานต่าง ๆ นำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดงานประเพณีทางวัฒนธรรมและเทศกาลต่าง ๆ และการให้รัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมและผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งรัฐส่งเสริมธุรกิจแก่ภาคเอกชนน้อยมาก ทำให้ไม่ได้รับผลประโยชน์เลย ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมีน้อยมาก ภาครัฐควรส่งเสริมให้ธุรกิจนี้ในด้านการพัฒนา และทำให้รัฐแหล่งการผลิตและจำหน่ายมากขึ้น แต่รัฐช่วยผลักดันให้ธุรกิจสปาเป็นที่รู้จักในวงกว้างและรัฐช่วยผลักดันให้รู้จักไปทั่วโลก และถือว่าเป็นตัวแปรเริ่มที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางมากขึ้น สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. ปัญหาและอุปสรรคที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาความปลอดภัย การแพร่ข่าวสารความมั่นคงภายในประเทศ สถานการณ์จากภัยธรรมชาติ ผู้ประกอบการเห็นแก่ตัว ไม่มีความรับผิดชอบ การให้บริการไม่ยุติธรรม ผู้ให้บริการไม่สุภาพ สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม นโยบายของรัฐมักจะทำให้ในทางปฏิบัติไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ไม่ประสบความสำเร็จทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ได้ดีขึ้น และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า มีคู่แข่งมากมีการตัดราคาตัวเอง มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกัน และต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่ตึงเครียดขึ้น ธุรกิจปัจจุบันเป็นธุรกิจที่มีใครชายาวสาวได้สาวเอาไม่ค่อยที่จะเกื้อหนุน และมีแต่การเอาหน้าของคนของกลุ่ม ประโยชน์แท้จริงและสูงสุดไม่ค่อยมี ปัญหาบุคลากรเช่นการสื่อสารยังไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหา ด้านการเมือง และปัญหาด้านการคมนาคม ปัญหาทางด้านนโยบายบางที่มีการคิดที่จะทำแต่ไม่มีการสานต่อ และ มีปัญหาเรื่องจำนวนลูกค้า สภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาค่าน้ำมันและภาษี

การบินที่เพิ่มมากขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจ และเกิดความแตกแยกระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้ง ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจ ปัญหาน้ำท่วม และความปลอดภัย

2) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า งบประมาณด้านการกระตุ้น การส่งเสริมที่ทำให้สายงานต่าง ๆ ขับเคลื่อนไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ไม่พัฒนาและไม่ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว และภาพรวมนโยบายยังไม่ชัดเจนและนโยบายบางอย่างไม่สนับสนุนอย่างแท้จริง และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า การประชาสัมพันธ์น้อยเกินไปและเจ้าหน้าที่และผู้ส่งเสริมไม่เพียงพอ บุคลากรที่จะดำเนินงานและให้ข้อมูลมีน้อยมาก ภาครัฐได้ดำเนินงานดีในระดับหนึ่งแล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีปัญหาด้านการประสานงาน มีขั้นตอนในการทำงาน และดำเนินงานเยาะเย้ยไป ทำให้มีความยุ่งยากและระบบการทำงานที่มีการดำเนินการล่าช้า ศูนย์กลางหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือประสานงาน ยังไม่ชัดเจนและขั้นตอนการปฏิบัติงานล่าช้า กฎหมายหรือกฎระเบียบไม่สอดคล้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งภาครัฐไม่ค่อยมีส่วนสนับสนุน การให้ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง ภาครัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจส่วนใหญ่ โดยมองข้ามธุรกิจขนาดเล็ก และ ระบบการทำงานของรัฐบาลล่าช้า มีงบประมาณน้อยและเศรษฐกิจ การเมือง ในเมืองไทยยังไม่คงที่

3) ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ

พบว่าเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของประเทศ โดยเฉพาะด้านความมั่นคงและปลอดภัย เป็นหลักสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทน และผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาดินฟ้าอากาศ และน้ำท่วม มีการพัฒนาด้านถนนหนทางโดยทำลายสิ่งแวดล้อมเดิมและ ไม่มีการวางผังเมืองและปัญหาด้านการเมืองและน้ำมันแพง

5. ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. นโยบายรัฐที่ต่อเนื่องพร้อมงบประมาณเสริมที่พอเพียงต่อการพัฒนาบุคลากร และสถานที่ท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และควรสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวให้เน้นเรื่องวัฒนธรรมประเพณีและจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับท้องถิ่น โดยดึงภาคเอกชน และหน่วยงานรัฐมาช่วยกัน

2. การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรจะให้การสนับสนุนให้ดีที่สุด การดูแลก็ควรดูแลในระยะยาว ควรจัดอบรมพัฒนา ผู้ให้บริการต่าง ๆ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

และควรเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์และภาครัฐควรส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น

3. ในปัจจุบันต้องพยายามอย่างมากเพราะปัจจุบันจุดขายของเชียงใหม่ได้ถูกทำลายและการคุกคามจากสังคมและวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไป ควรส่งเสริมให้อนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม และธรรมชาติให้คงอยู่อย่างถาวร การส่งเสริมนโยบายให้พัฒนาบุคลากรและการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรส่งเสริมในด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับรู้กันโดยทั่วถึงให้มากกว่านี้

4. ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและรักษาคุณภาพ มาตรฐาน ในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและจะต้องมีการยกย่องสถาปนาที่ได้รับมาตรฐานและมีคุณภาพให้รู้จักกัน โดยทั่ว

5. ควรมีหน่วยงานเจ้าภาพมีทั้งอำนาจสั่งการและงบประมาณแล้วคอยแบ่งกันทำงาน และรัฐควรส่งเสริมทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ภาครัฐสนใจผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น โดยประชาชนต้องให้ความร่วมมือ และรัฐต้องมีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และศิลปวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม

6.2 อภิปรายผล

ในการศึกษาเกี่ยวกับ นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้ คือ

1. จากนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล โดยทางรัฐได้วางแผนการพัฒนาโครงการเร่งด่วนเพื่อเพิ่มศักยภาพตามนโยบายการให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคทั้งการบิน การท่องเที่ยว การค้า และการบริการทางด้านสาธารณสุข

- เร่งรัดการดำเนินการขยายพื้นที่ของอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศและปรับปรุงห้องนํารองรับผู้โดยสารระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค หรือ HUB

- การส่งเสริมให้มีสายการบินเข้ามาเดินทางมาเชียงใหม่ การเปิดเส้นทางใหม่ของการบินไทยจากเชียงใหม่ในหลายเส้นทาง อาทิ เชียงใหม่ – ยางกุ้ง เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ – นา

ริตะ ไทเป – ฮองกง – เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ – กุ้ยหลิน เชียงใหม่ – เวียงจันทน์ เชียงใหม่ – หลวงพระบาง ซึ่งจะทำให้มีเที่ยวบินเข้าและออกจากเชียงใหม่ในส่วนของการบินไทย ไม่ต่ำกว่า 80 เที่ยวบินต่อสัปดาห์และเมื่อรวมกับสายการบินเอกชนอื่น ๆ รวมถึงชาร์เตอร์ไฟลต์ จะทำให้เชียงใหม่มีเที่ยวบินไม่ต่ำกว่าวันละ 100 เที่ยวบิน

- การเร่งรัดให้จังหวัดเชียงใหม่รับผิดชอบการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและสาธารณสุข ไม่ว่าจะเป็นการโปรโมตจุดขายการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอย่างโบราณสถาน , แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ได้จัดทำแผนการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทั้งน้ำตก ถ้ำ และวัฒนธรรม ใน 2 เส้นทาง คือ สายเหนือโปรโมตห้วยน้ำค้าง ไปแม่ฝางขึ้นเชียงใหม่และสายใต้โปรโมตคอย อินทนนท์ไปออบหลวง (สองแคว) ต่อไปแม่ป๋ายิง ที่จะครอบคลุมจุดขายของทั้งเชียงใหม่ ลำพูนและตาก การส่งเสริมทัวร์เกษตรในจังหวัด การจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งการตรวจสุขภาพของโรงพยาบาลต่าง ๆ การส่งเสริมลงสเคย์ รวมไปถึงการผลักดันให้มีระบบการขนส่งภายในจังหวัดเชื่อมโยงไปยังสถานที่สำคัญ ๆ

- การเร่งรัดให้ ททท. เดินหน้าในการทำโครงการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติที่เชียงใหม่ทำแผนการท่องเที่ยวถนนคนเดินที่ทำแพ การจัดงานไทยแลนด์ ทราวเวล มาร์ทและการส่งเสริมตลาดการประชุมนานาชาติ

- การประสานกับภาคเอกชนทั้งสมาคม โรงแรมไทยภาคเหนือ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทำการเชิญผู้แทนจำหน่ายบัตรโดยสาร แทนบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ และสื่อมวลชนจากต่างประเทศมาร่วมประชุมพร้อมทั้งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่จะทำให้การโปรโมตเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการบินเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า จากข้อคิดเห็นของเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนั้นในส่วนหน่วยงานราชการมีการนำนโยบายไปดำเนินการตามแผนที่ตั้งไว้ แต่ในขณะเดียวกันขาดการประชาสัมพันธ์โดยตรงให้กับภาคเอกชนและประชาชนทั่วไปปรับทราบอย่างทั่วถึง ดังนั้นจึงพบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจจะไม่ทราบรายละเอียดการดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวอย่างชัดเจน ซึ่งบางกลุ่มได้รับทราบจากสื่อต่าง ๆ มากกว่า

ในการมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนั้น ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็ให้ความร่วมมือตามนโยบาย ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมธุรกิจการ

ท่องเที่ยวก็ตาม และปัญหาอุปสรรคที่พบคือ หน่วยงานรัฐมีปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าและขาดประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม และที่สำคัญคือการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

2. ผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นเชิงอนุรักษ์ เชิงการเกษตร เชิงสุขภาพ เป็นต้น มีการสร้างมาตรฐานบริการ รวมทั้งระบบข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยและ ครบวงจร และสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่าเป็นปัญหาจากสภาพธรรมชาติ สภาพการเมืองและเศรษฐกิจ

สำหรับ แนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่าสำหรับหน่วยงานของรัฐมีการปรับงบประมาณ เน้นการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม และการท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวจัดสร้างขึ้น รวมทั้งธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร เน้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และที่สำคัญการประสานการพัฒนาจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

ปัญหาและอุปสรรคที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานของรัฐจะเน้นปัญหาความปลอดภัย การแพร่ข่าวความมั่นคงภายในประเทศและ สถานการณ์จากภัยธรรมชาติ ส่วนผู้ประกอบการ ต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่ตึงเครียดขึ้น ปัญหาบุคลากรเช่นการสื่อสารยังไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาด้านการเมือง และปัญหาด้านการคมนาคม และปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ พบว่างบประมาณด้านการกระตุ้นการส่งเสริมที่ทำให้สายงานต่าง ๆ ขยับเคลื่อนไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ไม่พัฒนาและไม่ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว และภาพรวมนโยบายยังไม่ชัดเจนและนโยบายบางอย่างไม่สนับสนุนอย่างแท้จริง การประชาสัมพันธ์น้อยเกินไปและเจ้าหน้าที่และผู้ส่งเสริมไม่เพียงพอ บุคลากรที่จะดำเนินงานและให้ข้อมูลมีน้อยมาก ถึงแม้ภาครัฐได้ดำเนินงานดีในระดับหนึ่งแล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวและมีปัญหาด้านการประสานงาน

6.3 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอเพิ่มเติมในการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากปัญหาที่สำคัญของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ดังกล่าว คือ ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ทำให้กลุ่ม

ผู้ประกอบการบางกลุ่ม ส่วนใหญ่จะไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายและไม่สามารถระบุความคิดเห็นได้อย่างชัดเจน

2. ในการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลไม่ค่อยกระจายอย่างทั่วถึง อาจเป็นเพราะข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งถ้าต้องการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการกระจายกลุ่มตัวอย่างให้ทั่วถึง

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเพิ่มกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบโดยตรง และควรเพิ่มกลุ่มเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคให้มากขึ้น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left. Above the elephant's trunk is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The background of the emblem features a stylized sunburst or starburst pattern. The text "มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" is written in Thai script along the top inner edge of the circle, and "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in English along the bottom inner edge. There are two decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

- กมลวัลย์ กี่สุวรรณ และยุวดี นิรัตน์ตระกูล. 2542. แนวเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ:
การทองเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2536. ข้อมูลการท่องเที่ยว ปี 2536. กรุงเทพฯ: การทองเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. ข้อมูลการท่องเที่ยว ปี 2540. กรุงเทพฯ: การทองเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543. ข้อมูลการท่องเที่ยว ปี 2543. กรุงเทพฯ: การทองเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2539. แอ่วนครพิงค์. เชียงใหม่: นครพิงค์ไนท์บาซาร์ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. 2536. การปกครองท้องถิ่นไทย. กรุงเทพฯ: สมาคมนิสิตเก่ารัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นักศึกษาลัทธิสุทธินิยมศาสนาพุทธมหานิกาย รุ่นที่ 4. 2547. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ
เรื่อง “เปิดประตูการท่องเที่ยวเชียงใหม่ด้วยศักยภาพศูนย์กลางขนส่งทางอากาศ”.
เชียงใหม่: สาขาวิชาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเอื้อ บัวสว่าง. 2542. “ทัศนคติของผู้รับบริการต่อการให้บริการทางกฎหมาย ของสำนักงาน
คุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน จังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2534. พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา. กรุงเทพฯ:
คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประยูร กาญจนกุล. 2521. กฎหมายประชาชน. กรุงเทพฯ: บัณฑิตไทย.
- ปฐพี อากานนท์ มอนซอน, สมศรี ศิริขวัญชัย และนิสาพร วัฒนศัพท์. 2535. โครงการศึกษา
ผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสถานะแวดล้อมและประชากรในท้องถิ่น.
กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

- พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. 2542. ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว
ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช. 2535. “การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษางานมหกรรมไม้
ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2534. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ:
พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2538. กลยุทธ์การตลาด การบริหาร
การตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ:
A.N. การพิมพ์.
- ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ. 2545. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว
ชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สการินทร์ โพธิวาสวริน. 2536. “ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่เปรียบเทียบกับระดับประเทศ”. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2533. สถานะการลงทุนของรัฐกิจการท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สยามล ชัยรัตน์อุดมกุล. 2544. “ความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา
จังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมิต สัจฉกร. 2542. การประเมินผลการปฏิบัติงาน: แนวความคิด หลักการ วิธีการและ
กระบวนการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- สำนักพัฒนาท่าอากาศยาน. 2546. แผนพัฒนาท่าอากาศยาน เชียงใหม่สู่ความเป็นศูนย์กลางการบิน
ในภูมิภาค ปีงบประมาณ 2546 – 2549. เชียงใหม่: สำนักพัฒนาท่าอากาศยาน
บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน).

สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ (สพน.). 2547. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “การ
แปลงยุทธศาสตร์ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเหนือไปสู่การปฏิบัติ:
การพัฒนาประตูการค้าภาคเหนือกับประเทศเพื่อนบ้าน”. เชียงใหม่: สำนักพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมภาคเหนือ.

สุพรรณมา หัสภาค. 2545. “ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยว จังหวัด
เชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุริย์ บุญญานุพงษ์ 2539. ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน.
เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Butler, Richard W.. 1993. **Tourism Research: Critiques and Challenges**. London: Routledge.

Goeldner, Charles R. and Ritchie J.R. Brent. 1995. **Tourism: Principles, Practices and
Philosophies**. New York: John Wiley.

Green, L. C. 1975. **Law and Society**. Leiden: Sijthoff.

Lawson, Fred and Baud-Bovy. 1977. **Tourism and Recreation Development**. London:
The Architectural Press.

McIntosh, Robert W. 1972. **Tourism: Principles, Practices and Philosophies**. New York:
John Wiley.

Mill, Christie Robert. 1990. **Tourism: the International Business**. Englewood Cliffs, NJ:
Prentice Hall.

Pearce, Douglas G.. 1993. **Tourism Research: Critiques and Challenges**. London: Routledge.

Weaver, David B.. 1998. **Ecotourism in the Less Developed World**. New York: CABI
International.

Weaver, David B.. 2001. **The Encyclopedia of Ecotourism**. New York: CABI International.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แบบสอบถามนี้ใช้ในการสำรวจข้อมูลสำหรับการศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อศึกษานโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสอบถามครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อไป

ทางผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงจากท่าน โดยผลของการศึกษาครั้งนี้จะเก็บไว้เป็นความลับ ท่านเท่านั้นที่จะทำให้การสำรวจครั้งนี้สัมฤทธิ์ผล จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ชื่อ
2. เพศ
3. อายุ
4. การศึกษา
5. ตำแหน่ง.....

1.2 สภาพทั่วไปของธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ชื่อสถานประกอบการ
2. สถานที่ตั้ง.....
3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
4. รูปแบบของธุรกิจ.....
5. จำนวนพนักงาน..... คน
6. ดัชนีทุนในการดำเนินกิจการประมาณ
7. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ.....

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการดำเนินธุรกิจ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. ท่านรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....

2. ท่านในฐานะเจ้าของกิจการ ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

.....
.....
.....

3. ท่านได้เป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือไม่

(ถ้าเป็นสมาชิก) สาเหตุของการเป็นสมาชิก

(ถ้าไม่เป็น) เหตุผลของการไม่เป็นสมาชิก

4. ถ้าท่านเป็นสมาชิกท่านมีบทบาทอย่างไรบ้างในองค์กรเหล่านั้น และได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิกอย่างไรบ้าง

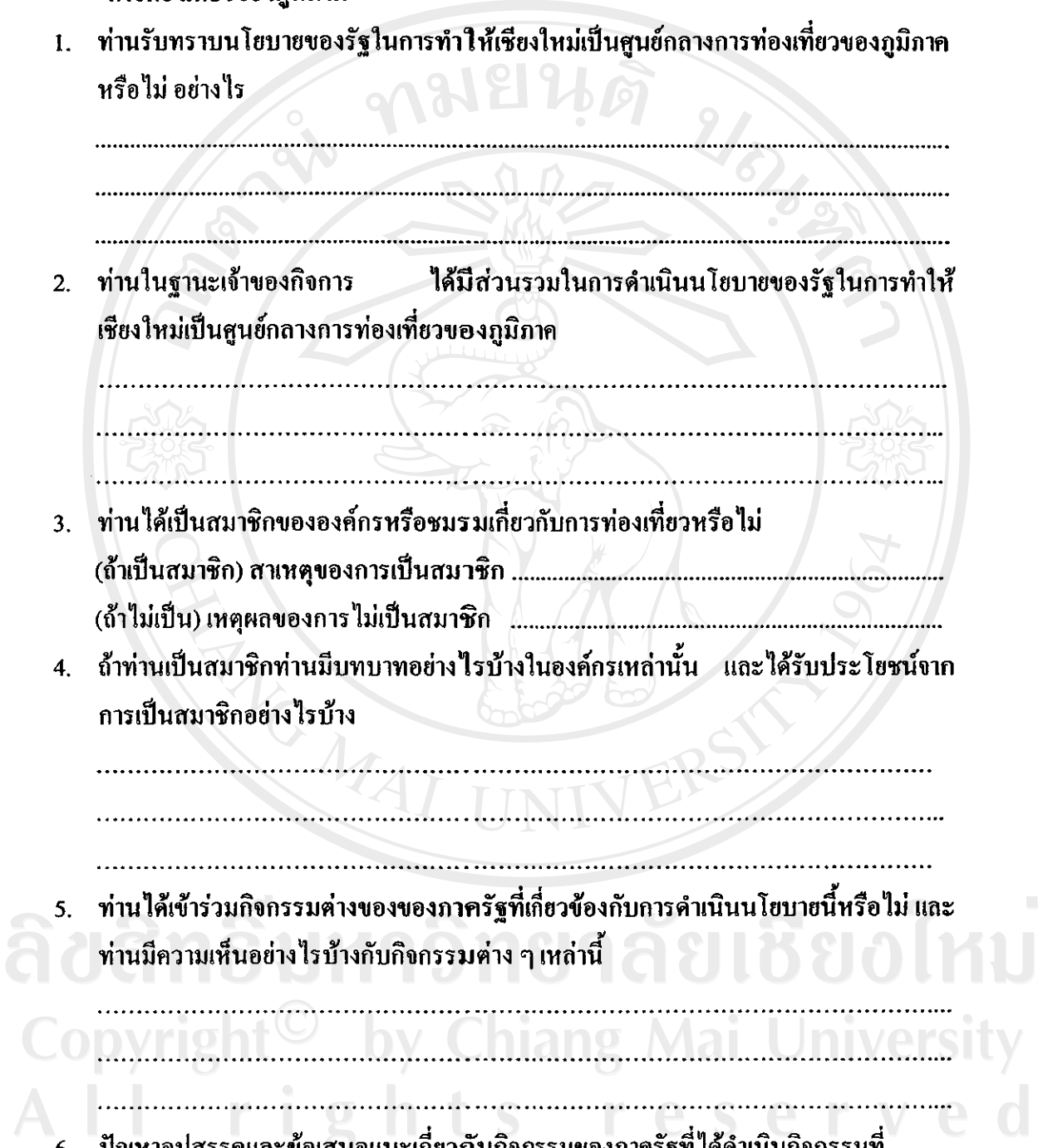
.....
.....
.....

5. ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างของของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายนี้หรือไม่ และท่านมีความเห็นอย่างไรบ้างกับกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้

.....
.....
.....

6. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ท่านได้มีโอกาสเข้าร่วม

.....
.....



ส่วนที่ 3 การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและแนวโน้มในอนาคต

1. แนวโน้มของธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้างและรูปแบบอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

3. แนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว จะเป็นไปในแนวทางใด

.....

.....

.....

4. ท่านมีความเห็นภาครัฐมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

5. ในการพัฒนาธุรกิจของท่าน เกิดจากแนวโน้มปัจจัยด้านใดมากกว่ากันระหว่างปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยจากการส่งเสริมโดยภาครัฐ

.....

.....

6. ปัจจัยปัจจัยด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ มีส่วนในการพัฒนาธุรกิจของท่านอย่างไร

6.1 ปัจจัยด้านการตลาด เช่น (การแข่งขัน, รูปแบบ, ลูกค้ำ)

.....

.....

.....

6.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง
การท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. ปัญหาและอุปสรรคที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

.....
.....
.....

2. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ

.....
.....
.....

3. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ

.....
.....
.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของ
ภูมิภาค

.....
.....
.....

+++++

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวจรรยา ตันจากรนค์ รหัสประจำตัว 4784013
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2517
ภูมิลำเนา	บ้านเลขที่ 33 ถนนธามินทร์ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none">- ประถมศึกษา โรงเรียนคาราวินาลัย จังหวัดเชียงใหม่- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนคาราวินาลัย จังหวัดเชียงใหม่- ปริญญาตรี สาขานิเทศศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none">- โรงแรมพรพิงค์ทาวเวอร์ ตำแหน่งประชาสัมพันธ์ ปีพ.ศ. 2542- โรงแรมพรพิงค์ทาวเวอร์ ตำแหน่งเลขานุการฯ ผู้จัดการทั่วไป ปีพ.ศ. 2544- โรงแรมปางสวนแก้ว ตำแหน่งฝ่ายขาย ปีพ.ศ. 2546- สายการบิน Orient Thai Airlines ตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้น ปีพ.ศ. 2547- หุ้นส่วนผู้จัดการบริษัท F.K. Air Ticket และ ร้านกาแฟ Coffee Break