

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน และเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และแข่งขันได้ในตลาดโลก คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และมีมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2552 มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำยุทธศาสตร์แผนงานฟื้นฟูวิกฤตการท่องเที่ยวระยะสั้น และระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศตามแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต จากการศึกษาตลาดดุลทางการค้า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจึงเป็นรายได้ที่สามารถช่วยแก้ไขสภาวะการขาดดุลของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การพัฒนาด้านแรงงาน การกระจายรายได้สู่ภูมิภาค การสร้างอาชีพให้กับกลุ่มชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตสินค้าและบริการของท้องถิ่นให้มีคุณภาพ สามารถส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และนำไปสู่การนำรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศไปพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ประเทศไทยถือเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวไม่แพ้ชาติใดในโลก เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางด้านภูมิศาสตร์และมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ชายฝั่งทะเล หาดทราย ป่า น้ำตก ภูเขา หรือแม้แต่การมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภูมิภาค ตลอดจนทำเลที่ตั้งที่ไม่ไกลจากประเทศจีนมากนัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 1,600 ล้านคน จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 โดยเลือกมาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 30 เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จากสถิติที่ผ่านมาของประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นประเทศหนึ่งที่ยอดนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนั้นก็จะเป็นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ที่ให้ความสนใจเดินทางมาเยี่ยมชม มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในส่วนของประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก และเป็นประเทศที่มีศักยภาพในตลาดอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ ตลอดจนมีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ และกำลังซื้อที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในขณะนี้กลายเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นผู้ส่งออกนักท่องเที่ยวรายใหญ่ของโลก

จากการสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวเดือนพฤษภาคม 2558 โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 2,309,250 คน ขยายตัวร้อยละ 38.21 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวจีนขยายตัวถึงร้อยละ 120.62 โดยหากพิจารณาภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม – พฤษภาคม 2558 พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 12,448,641 คน โดยจำนวนนักเที่ยว 3 อันดับแรก คือนักท่องเที่ยวจีนมากที่สุด จำนวน 3,273,695 89 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 95.73 รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย 1,397,241 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 54.21 และญี่ปุ่น 575,186 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 14.97 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2558)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 โดยคาดหวังว่าประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้จะสามารถตอบโจทย์ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้จุดอ่อนและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจะต้องมีการพิจารณาและได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและบริการให้เต็มตามศักยภาพเพื่อสร้างรายได้อย่างมั่นคงยั่งยืน และมีการกระจายอย่างทั่วถึง ซึ่งในยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้มีการกำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้าน

เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตร และการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยแบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวดังนี้



ภาพที่ 1.1 การแบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย

ปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของชาวจีน จากสถิติการท่องเที่ยวในเดือน ม.ค.-ก.พ. 2558 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ของจีนมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น และสนใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น จากเดิมเลือกใช้บริการบริษัททัวร์เป็นหลัก ในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่ผ่านมา พบว่า กรุงเทพฯ เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวจีน เกาหลี และนักท่องเที่ยวเอเชีย นิยมมาท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นอันดับ 2 ตามด้วยจังหวัดภูเก็ตเป็นอันดับ 3 (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2558)

จากข้อมูลที่กำลังกล่าวในเบื้องต้นนี้ ทำให้พบการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนนั้น ไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังมีนักท่องเที่ยวในเมืองในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัด เชียงราย เชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จากแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย การเติบโตของการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาถือว่ามีอัตราการเติบโตมากกว่าภูมิภาคอื่น สังเกตได้จากจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแต่ละจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน สูงสุด รองลงมาได้แก่ จังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา นอกจากนี้ นายวรพงษ์ หมูขาวใต้ อุปนายกสมาคมท่องเที่ยวเชียงใหม่ ได้ให้ข้อมูลว่า เฉพาะเชียงใหม่หากประเมินจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าเชียงใหม่ปี 2557 มีจำนวนถึง 300,000 คน ค่าใช้จ่ายต่อหัวที่ 40,000 บาท/คนต่อ 6 วัน จะทำให้เกิดเงินหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 12,000 ล้านบาท แต่ถ้าปี 2558 สถิตินักท่องเที่ยวจีนเพิ่มสูงขึ้นกว่า 3 แสนคน ก็จะทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะเพิ่มสูงขึ้นเป็นเงาตามตัวเหมือนกัน (“รับในเชิงรุก ชุมทอนักท่องเที่ยวจีน,” 2558)

ขณะที่จังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อกับเส้นทาง R3A หรือ คุณมั้น กลุ่ม คือ เส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯ สู่คุนหมิง โดยมีเส้นทางเริ่มจากเชียงใหม่ของ ประเทศไทย ถึงบ่อแก้ว หลวงน้ำทา บ่อเต็น ของประเทศลาว และเชื่อมต่อสู่บ่อหาน เชียงรุ่งหรือจิ่งหง ในแคว้นสิบสองปันนา นครคุนหมิง จึงทำให้เป็นเส้นทางสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวจีน สำหรับสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาผ่านด่านเชียงของจังหวัดเชียงรายในช่วงครึ่งแรกของปี 2557 พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 43,296 คนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 41.1 จากช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 - กุมภาพันธ์ 2557 ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยผ่านด่านเชียงของถึง 11,333 คน (“เจาะลึกเส้นทางสายไหม R3A (จบ) กองทัพอากาศท้าวสุริยวงษ์ จันทะลักเชียงใหม่-เชียงราย,” 2558)

อย่างไรก็ตาม ในมิติเชิงบวกของการหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากของนักท่องเที่ยวจีนแม้จะทำให้ไทยได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งผลกระทบในมิติเชิงลบ โดยจากการสำรวจความคิดเห็นประชาชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใน “โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อการท่องเที่ยวไทย” หรือที่เรียกว่า “TAT Tourism Poll” ซึ่งมีการสำรวจข้อมูลจำนวน 2,163 ตัวอย่าง จากกลุ่มผู้ประกอบการ 1,068 ตัวอย่าง และประชาชน 1,095 ตัวอย่าง ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย 7 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา เกาะสมุย ระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน ถึง 8 กรกฎาคม 2556 ทำให้พบว่าผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นมีความเห็นตรงกันว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนจะก่อให้เกิดการสร้างรายได้รวมของธุรกิจเพิ่มขึ้น และมีรายรับอย่างสม่ำเสมอเนื่องจากชาวจีนเดินทางมาเที่ยวทั้งปี แต่ก็ก่อความรำคาญกับคนรอบข้าง เนื่องจากไม่มีมารยาทและส่งเสียงดัง และสร้างความสกปรกให้กับพื้นที่ที่ไปใช้บริการ เนื่องจากไม่รักษาความสะอาด โดยสำหรับปัญหาที่ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบ จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ร้อยละ 26.30 คือ ปัญหาเสียงดังจาก

การพูดคุย/ตะโกน โวยวาย ร้องลงมา ได้แก่ ปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวจากชาติอื่นลดลง ร้อยละ 23.40 ปัญหาความสกปรกต่าง ๆ เพิ่มขึ้น จากการไม่รักษาความสะอาด ร้อยละ 21.90 และปัญหาการสื่อสารกันไม่เข้าใจ ร้อยละ 15.00 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองวิจัยการตลาด, 2556)

นอกจากสังคมไทยจะได้รับผลกระทบจากนักท่องเที่ยวจีนแล้ว การที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยย่อมนำมาซึ่งการขาดการควบคุมคุณภาพของบริษัทนำเที่ยว โดยพบว่ามีขบวนการหาประโยชน์ในรูปแบบของบริษัททัวร์ในจีนบางรายที่เสนอแพ็คเกจทัวร์ในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุน หรือ "ทัวร์ศูนย์เหรียญ" มาสร้างแรงจูงใจนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการ แล้วใช้วิธีทำกำไรโดยบังคับให้ลูกค้าทัวร์เข้าร้านค้าต่างๆ ที่บริษัททัวร์กำหนดไว้ หรือเพิ่มรายการท่องเที่ยวที่ลูกค้าต้องจ่ายเงินเพิ่ม นอกเหนือจากค่าบริการแรกเริ่ม ถ้าลูกค้าปฏิเสธก็จะหาจังหวะที่คณะที่พามา ตลอดจนทำให้เกิดปัญหาการใช้มัดคูปอง หรือโค้ดเถื่อน ("ทัวร์ศูนย์เหรียญ-ค่าเงินรัสเซีย ปัจจัยลบท่องเที่ยวพญา," 2558)

จากเหตุผลที่กล่าวในข้างต้นนี้ ทำให้คณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ไร้ซึ่งการวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนอย่างเป็นระบบนั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จึงเป็นการศึกษาเพื่อศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว รวมถึงทำให้เกิดการสังเคราะห์ข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

แผนการวิจัย กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยจากโครงการวิจัยย่อย 3 โครงการ คือ

โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย) มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว
3. เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน

โครงการย่อยที่ 2 แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย) มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน

โครงการย่อยที่ 3 กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

2. ขอบเขตด้านประชากร

แผนงานวิจัย กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีขอบเขตด้านประชากร แยกตามโครงการย่อย คือ

โครงการย่อยที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

โครงการย่อยที่ 2 ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชนผู้ประกอบการภาคองค์กรเอกชนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และกลุ่มสนับสนุนเชิงนโยบาย

ข้อมูลเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

โครงการย่อยที่ 3 ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชนผู้ประกอบการภาคองค์กรเอกชนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และกลุ่มสนับสนุนเชิงนโยบาย

ข้อมูลเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต และแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งที่พำนักและไม่พำนัก

3. ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การพยายามดึงให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยใช้การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย การสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น

4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

5. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายเท่านั้น

6. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความเป็นล้านนาของไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ด้านวิชาการ

ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ได้แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ด้านนโยบาย

ได้แนวทางการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่จะรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้

ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

ได้แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา

ด้านสังคมและชุมชน

ได้แนวทางการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม