

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับการขนานนามจากนานาประเทศว่าเป็น “สยามเมืองยิ้ม (Thailand, the land of smile)” ตั้งแต่ครั้งโบราณกาล แสดงถึงการเข้ามาติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ รวมทั้งการเข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจภายในประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า ทั้งในด้านการเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ และสามารถสร้างเสริมเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้แก่สังคมโดยรวม เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีทำเลที่ตั้งและสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นรวมทั้งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เป็นต้น นอกจากนี้ในด้านการท่องเที่ยวนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจมากมาย อีกทั้งยังยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอีกด้วย ในปัจจุบันนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยได้เพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ หลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหาภัยธรรมชาติและปัญหาทางการเมือง อาทิ การเกิดเหตุการณ์สึนามิในปลายปีพ.ศ. 2547 เป็นต้น ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมาเป็นอันดับที่ 12 ของโลก

การที่ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นอันดับที่ 18 ของโลกนั้น เห็นได้ว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวในส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวและตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จากบทความเรื่อง “หนึ่งทศวรรษการท่องเที่ยว ภาพสะท้อนเศรษฐกิจไทย” มติ ครม. ประจำวันที่ 28 กรกฎาคม 2553 เรียบเรียงโดย กรมบัญชี ขวัญจง และบรรณาธิการ โดย ศิริวรรณ คำปรีดา ได้กล่าวถึงข้อมูลตัวเลขทางสถิติที่น่าสนใจว่า การจัดทำข้อมูลสถิติ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจําแนกรายสัญชาติและรายได้ ย้อนหลัง 10 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542 จนกระทั่งในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นจากต่อเนื่อง จาก 8.58 ล้านคนในปีพ.ศ. 2542 เป็น 14.12 ล้านคนในปี 2552 เท่ากับว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ ร้อยละ 6.45 หลังจากนั้นในปีพ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นปีที่นักท่องเที่ยวลดน้อยลงมากที่สุด เป็นผลจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก และจากการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ซึ่งมีผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม และมีผลทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยลดลงถึงร้อยละ 7.36 หลังจากนั้นในปีพ.ศ. 2549 จำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวสูงสุด เท่ากับร้อยละ 20.01 เป็นผลจากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวไทยภายหลังเกิดกรณีพิพัตถิภยในปีพ.ศ. 2547 และการเปิดให้บริการของสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิในช่วงปลายปีพ.ศ. 2549 ต่อมาในปีพ.ศ. 2551 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนสูงที่สุดเท่ากับ 14.58 ล้านคน นอกจากนี้ยังกล่าวถึงรายได้จากการท่องเที่ยวดังนี้ ประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจาก 2.53 แสนล้านบาท จนกระทั่งเป็น 5.10 แสนล้านบาท ในปีพ.ศ. 2542 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวสูงสุดเท่ากับร้อยละ 31.29 ในปีพ.ศ. 2549 จากนั้นในปีพ.ศ. 2551 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงสุดเท่ากับ 5.75 แสนล้านบาท และในปีพ.ศ. 2552 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 10.17

จากรายงานที่มีการจัดทำเพื่อเสนอให้คณะรัฐมนตรีได้รับทราบเกี่ยวกับสถิติด้านการท่องเที่ยวดังกล่าว พบว่าตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ได้มีการสรุปสถานการณ์ภายในประเทศหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวอันได้แก่ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ(สึนามิ)ในปลายปี2547 การปิดสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมืองตอนปลายปีพ.ศ. 2551 เหตุการณ์ความรุนแรงในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 การระบาดของโรคภัยไข้เจ็บ เช่น โรคซาร์ส โรคไข้หวัดนก ในช่วงปีพ.ศ. 2547 และไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (H1N1) ในปีพ.ศ. 2553 และการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและยุโรปในปีพ.ศ. 2553 เป็นต้น อีกทั้งยังได้สรุปถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2553 ดังนี้ ในปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวได้มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13.70 และเกือบครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก สะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจของนักท่องเที่ยว มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.72 ล้านบาท ตัวเลขที่น่าสนใจก็คือ หลังจากที่เกิดสถานการณ์ที่รุนแรงอย่างต่อเนื่องช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งมีการประกาศ

สถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงและมีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก จนส่งผลให้นักท่องเที่ยวในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ลดลงถึงร้อยละ 12.93 ทว่าความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลับฟื้นตัวขึ้นจนอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยเห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวในเดือนมิถุนายนพ.ศ. 2553 ที่ลดลงเพียงร้อยละ 1.14 ความพยายามดำเนินการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น หากไม่มีปัจจัยลบอื่น ๆ เช่น สถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ภัยธรรมชาติร้ายแรง และวิกฤติเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป เป็นต้น ในความเป็นจริงแล้วผลการสรุปข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปีพ.ศ. 2553 โดยกรมการท่องเที่ยว พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งปีประมาณ 15,841,683 คน มีจำนวนนักท่องเที่ยวนับตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายนปีพ.ศ. 2553 ทั้งหมดจำนวน 37,781,088 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 22,554,202 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 15,226,886 คน และจากข้อมูลสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวแสดงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2553 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.68 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2552 โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด

จังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นจังหวัดที่มีทัศนียภาพสวยงาม มีโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมาย มีวัฒนธรรมประเพณีที่เก่าแก่และงดงาม มีอาหารพื้นเมืองที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะนิยมซื้อของฝากและของที่ระลึก โดยในจังหวัดเชียงใหม่มีสินค้าอุปโภคบริโภคมากมายให้เลือกสรร อาทิ น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู หมูยอ แหนม ไข่่อว ท้อดอง กระทียมดอง ลำไยอบแห้ง ดอกไม้เมืองหนาว ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหม ผ้าใยกล้วยฯ เสื้อผ้าสำเร็จรูป หัตถกรรมชาวเขา ไม้แกะสลัก โคมไฟ โคมไฟกระดาษ เครื่องเงิน ร่มกระดาษ กระดาษสา ตุ๊ก เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องเคลือบ เป็นต้น นอกจากลักษณะเฉพาะของจังหวัดแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีอากาศค่อนข้างเย็นตลอดทั้งปีและมีน้ำตกภูเขามากมาย เช่น “คอยอินทนนท์” ภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นทำให้จังหวัดเชียงใหม่ติดอันดับหนึ่งในห้าจังหวัดแรกของประเทศไทยที่มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวมากที่สุดในประเทศ

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ย้อนหลัง (ปีพ.ศ. 2548 - 2552)

การจำแนกรายการ/ปีพุทธศักราช	2548	2549	2550	2551	2552
จำนวนผู้เยี่ยมชม	3,997,776	5,590,326	5,356,867	5,313,152	4,343,090
นักท่องเที่ยวในประเทศ	2,160,142	3,539,772	3,601,727	3,965,169	3,206,686
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	1,837,634	2,050,554	1,755,140	1,348,183	1,136,404
รายได้การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	31,120.43	39,785.06	38,894.25	38,135.07	31,171.00
อัตราการเข้าพักโรงแรม	46.83 %	47.88 %	42.02 %	39.13 %	38.92%
จำนวนห้องพักโรงแรม	16,673	18,820	20,816	22,493	22,493
รายได้ธุรกิจโรงแรม (ล้านบาท)	11,038	12,291	13,324	14,014	14,582
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (ล้านบาท)	101,034	112,221	120,971	128,975	132,098

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

จากสถิติโดยกรมการท่องเที่ยวในตารางที่ 1.1 แสดงสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ย้อนหลัง (ปีพ.ศ. 2548 - 2552) จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนกว่าล้านคนโดยเฉลี่ยต่อปี สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวนับหลายหมื่นล้านบาท ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่ สร้างรายได้ให้กับธุรกิจโรงแรมและธุรกิจเกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก

จากสถิติโดยกรมการท่องเที่ยวในตารางที่ 1.2 แสดงตัวเลขจำนวนรายได้ (หน่วยล้านบาท) จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 - 2552 พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนหลายหมื่นล้านบาท สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 1.2 แสดงตัวเลขจำนวนรายได้ (หน่วยล้านบาท) จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2552

ปีพุทธศักราช	จำนวนรายได้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า (%)
2546	19,430.89	-7.99
2547	24,235.04	+24.72
2548	18,933.25	-21.88
2549	20,699.42	+9.33
2550	18,116.59	-12.48
2551	15,206.49	-16.06
2552	13,493.77	-11.25

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

ของที่ระลึก เป็นสินค้าที่เกิดจากพฤติกรรมกรบริโภคของมนุษย์ จากการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่างๆ ให้แก่กัน เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายตั้งแต่ในสมัยโบราณที่มีการแลกเปลี่ยนปัจจัยสำหรับการดำรงชีพ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยาสมุนไพร และของใช้สำคัญต่างๆ จวบจนปัจจุบันจุดประสงค์หลักของของที่ระลึก ก็ยังคงไม่แปรเปลี่ยนไปจากเดิม นั่นคือการทำผู้ให้ต้องการให้ผู้รับเกิดการระลึกถึง นึกถึง และคิดถึง นอกจากนี้ของที่ระลึกยังนิยมใช้มอบเพื่อเป็นเกียรติในวาระและโอกาสต่างๆ นำมาซึ่งความยินดีและความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับ แสดงถึงความคิดถึง นึกถึง และระลึกถึงจากผู้ให้ถึงผู้รับ นับเป็นสิ่งที่มีความหมายจิตใจเป็นอย่างยิ่ง ในสมัยก่อนสินค้าบางชนิดผู้ให้จำต้องผลิตขึ้นเอง ซึ่งใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน แต่ในสมัยนี้ผู้คนต้องการความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น เพื่อให้มีเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ของที่ระลึกจึงได้มีการพัฒนาปริมาณ คุณภาพ และรูปแบบ จากสินค้าเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปัน มาเป็นสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์เซรามิก ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์จากหนัง ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ อัญมณี สินค้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถพบพาในการเดินทางออกนอกประเทศไทย และไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อนำไปจำหน่าย

ตารางที่ 1.3 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ในปี พ.ศ. 2547 หน่วย: ล้านบาท

ถิ่นที่อยู่	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่
อเมริกา	1,211.30
ยุโรป	7,868.21
เอเชีย	3,242.54
อื่นๆ	991.60

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ตะวันออกกลาง แอฟริกา แคริบเบียน และ โอเชียเนีย

ตารางที่ 1.3 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ในปี พ.ศ. 2547 จะเห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ในยุโรปมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในอเมริกา เอเชีย และอื่นๆ ได้แก่ ตะวันออกกลาง แอฟริกา แคริบเบียน และ โอเชียเนีย ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการคำนวณค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ จากข้อมูลค่าใช้จ่ายใน ตารางที่ 1.4

จากการศึกษาในเรื่องการวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในล้านนา (คมสัน สุริยะ, 2550) พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปรียบเทียบจังหวัดต่างๆ ในปี พ.ศ. 2547 นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรปและอเมริกามีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อื่นๆ ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปรียบเทียบจังหวัดต่างๆ ในปี พ.ศ. 2547 หน่วย: ล้านบาท

ประเทศ/จังหวัด	เชียงใหม่	เชียงราย	ภูเก็ต	แม่ฮ่องสอน	น่าน
จีนทั้งหมด	1,054.50	276.04	4,752.99	1.24	1.55
จีนแผ่นดินใหญ่	186.13	24.92	1,177.74	0.29	0.55
ฮ่องกง	106.22	7.36	1,057.29	0.28	0.26
ไต้หวัน	301.60	231.47	1,857.55	0.09	0.49
สิงคโปร์	456.04	9.20	632.53	0.58	0.25
ญี่ปุ่น	604.60	39.88	970.52	2.49	1.00
สหรัฐอเมริกา	1,001.20	88.17	672.74	5.09	2.20
ยุโรป	4,513.04	334.69	8,088.61	42.35	6.72
ออสเตรีย	151.37	6.85	344.42	0.72	0.46
เบลเยียม	333.21	6.09	275.40	2.32	1.01
เดนมาร์ก	275.19	88.04	241.95	1.12	0.33
ฝรั่งเศส	698.29	103.21	502.62	5.69	0.95
เยอรมัน	406.73	29.83	708.64	3.41	0.15
อิตาลี	218.86	8.17	485.17	1.39	0.24
เนเธอร์แลนด์	437.25	31.96	258.03	13.54	0.18
สวีเดน	110.39	10.69	882.77	0.91	0.20
สวิตเซอร์แลนด์	126.93	10.87	412.91	1.18	1.11
สหราชอาณาจักร	748.32	28.40	1,290.33	3.13	0.20
มาเลเซีย	287.07	16.28	615.67	0.30	1.11
เกาหลี	202.59	26.15	1,000.39	0.32	0.21
แคนาดา	210.10	3.84	357.89	2.10	0.15
ตะวันออกกลาง	254.26	12.62	329.88	45.20	2.16
ออสเตรเลีย	498.42	35.92	747.53	1.62	0.24
นิวซีแลนด์	87.55	3.77	207.38	0.70	0.20
อินเดีย	43.79	3.54	75.55	0.03	0.05

ที่มา: การวิเคราะห์และการบริการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนใน
ล้านนา, 2550

จากข้อมูลทางสถิติที่สำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2545-2547 จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดที่มีมูลค่าการซื้อของที่ระลึกมากที่สุดในกลุ่มล้านนา (กลุ่มล้านนา ได้แก่จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง แพร่ พะเยา น่าน และลำพูน) โดยมีสัดส่วนรายได้จากการซื้อของที่ระลึกในล้านนาถึงร้อยละ 90 สรุปได้ว่าค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกเป็นแหล่งรายได้สำคัญของล้านนาและจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างมาก ดังตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 มูลค่าการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในล้านนา ปี พ.ศ. 2545-2547

หน่วย: ล้านบาท

จังหวัด	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547
เชียงใหม่	7,049	6,572	7,991
เชียงราย	847	685	677
แม่ฮ่องสอน	117	125	122
ลำปาง	74	43	35
แพร่	43	28	25
พะเยา	35	13	13
น่าน	16	8	12
ลำพูน	7	8	12
รวมล้านนา	8,188	7,482	8,887

ที่มา: สถิติการท่องเที่ยวภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการศึกษานักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นสิ่งสำคัญ และควรค่าแก่การศึกษา ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและอุตสาหกรรมของที่ระลึก มีผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยว ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม และสร้างความมั่นคงมั่งคั่งแก่ประเทศชาติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงพฤติกรรมการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงแนวทางแผนการผลิตในภาคการตลาด รวมถึงการเข้าถึงปัญหาในการซื้อของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดคุณลักษณะอันเป็นปัจจัยข้างต้น เพื่อที่จะปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคชาวต่างชาติ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักธุรกิจและผู้สนใจ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่างๆ

1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคล รวมถึงปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อของที่ระลึกจำนวน 400 ราย ศึกษาในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554

1.5 นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การเลือกตรายี่ห้อ การเลือกตลาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ปริมาณการซื้อของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์เซรามิก ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์จากหนัง ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ อัญมณี สินค้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถพกพาในการเดินทางออกนอกประเทศไทย และไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อนำไปจำหน่าย

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก และร้านค้าทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ไนท์บาซาร์ (Night Bazaar) ถนนคนเดินประตูท่าแพ (Sunday Market) น้ำพุร้อนสันกำแพง(Sankamphaeng Hot Springs) ศูนย์หัตถกรรมบ่อสร้างสันกำแพง (Borsang/Sankampaeng Handicraft Villages) บ้านถาว (Baan Tawai - The Village of Handicraft) เป็นต้น

สถานที่พัก หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้พักแรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โรงแรมที่ได้มาตรฐานสามดาวขึ้นไป เช่น แชงกรีลา (Shangri-La Hotel) โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง (The Imperial Mae Ping Hotel) โรงแรมดิเอ็มไพร์เรสซิเดนซ์นิมมานฯ (The Empire Residence Nimman) โรงแรม9Wบูติกสตูดิโอเชียงใหม่ (9W boutique studio) เป็นต้น

ร้านค้าทั่วไป หมายถึง ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกทั่วไปภายในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก และร้านค้าทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด