

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีพ ความเป็นอยู่ในสังคม และเศรษฐกิจของคนในประเทศเราโดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นในฐานะเจ้าของประเทศทุกคนควรร่วมมือกันอนุรักษ์ พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และสร้างอัตลักษณ์ของตัวเอง ยึดมั่นต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยมิตรไมตรี ตลอดจนให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนทุกคน ฉะนั้นการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว และให้การบริการที่ดีถือเป็นอีกมิติหนึ่งที่สำคัญที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นกลับมาเยี่ยมเยือน และปรารถนาที่จะให้ญาติพี่น้องเพื่อนฝูงได้มาเยือนเราบ้างในโอกาสต่อไป ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องรู้ และเข้าใจในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวที่ดี ควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมาย เพื่อการวางแผนจัดการที่ดีในอนาคต รวมถึงช่องทาง และกลยุทธ์ในการดึงนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาเพื่อท่องเที่ยวอยู่ในประเทศหรือในชุมชนให้นานที่สุด นั้นรวมไปถึงการจะทำให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีปริมาณสูงขึ้น ฉะนั้นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือชุมชนแหล่งท่องเที่ยว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทราบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้ามาท่องเที่ยว ณ มีพฤติกรรมบริโภคอย่างไร เพื่อจะได้วางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

สำหรับอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันอยู่ในทิศทางขาลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 3-4 ปีโดยมีตัวชี้วัดมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัวลดลง ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมาก พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังเช่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซึ่งมีรายจ่ายต่อหัวต่อคน และวันพำนักที่ต่ำ จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อรายได้รวมลดลงนอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมที่ลดลง (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา : 2556)

จังหวัดเชียงใหม่ถูกลดความนิยมด้านการท่องเที่ยวลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากขาดการทำ การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายในเชิงรุก ในขณะที่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวขาดการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ในขณะที่ในประเทศเกิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในหลาย ๆ จังหวัดจึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่ได้รับจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยลงในขณะที่จำนวนภาคผู้ให้บริการเพิ่มทวีจำนวนอย่างรวดเร็ว เช่น โรงแรม สปา สนามกอล์ฟ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และรถเช่า จนอยู่ในภาวะล้นเกินความต้องการ (Over Supply) หรือกว่า 60% ที่เกินความต้องการ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา : 2556)

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2553-2556

สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่				
	มกราคม - มีนาคม		มกราคม - ธันวาคม	
นักท่องเที่ยวชาวไทย	2556	2555	2554	2553
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	3,463,116	3,148,442	2,528,793	2,465,328
วันที่พำนัก	3,19	3	3	3.22
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	3,160.1	2,880	2,608	2,412.08
รายได้ (ล้านบาท)	36,541.53	32,531	23,974	20,975.55

ที่มาของข้อมูล : กรมการท่องเที่ยว 2557 (www.tourism.go.th)

อำเภอสันกำแพง แต่เดิมเคยเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมากในด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและหัตถกรรม ไม่ว่าจะเป็นน้ำพุร้อน หรือร่มบ่อสร้าง ดังคำขวัญของอำเภอสันกำแพง ที่ว่า “ทิวทัศน์ขึ้นชื่อ เลื่องลือคนงาม เขตคามโคนม ชื่นชมหัตถกรรม” นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเคยนิยมมาชื่นชมความงามของนางสาวสันกำแพง นิยมแวะดื่มชาในบ่อน้ำพุร้อน หัตถกรรมพัดและร่มกระดาษที่ทำนิยมซื้อไปแต่งบ้าน แต่งร้าน ชื่นชมในลวดลายที่บรรจงวาดลงบนร่มหรือพัดกระดาษที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมของคนในชุมชนคนล้านนา ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งอาจจะมีสาเหตุจากหลาย ๆ ประการ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง อาจส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการที่เราจะทราบปัญหาทางการตลาดที่เกิดจากคำว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างไรในปัจจุบันนั้น เราต้องทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลที่สามารถตอบคำถามว่า ทำไมนักท่องเที่ยวไม่ประสงค์หรือประสงค์ที่จะมาท่องเที่ยวยังอำเภอสันกำแพง อำเภอสันกำแพงเองจะได้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบายในการเข้าถึง มีผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกที่หลากหลาย มีที่พักแบบโฮมสเตย์ และมีร้านอาหารที่รองรับมากขึ้น การคมนาคมสะดวกมากขึ้น มีมีคฤหาสน์ที่คอยให้ความรู้มากขึ้น อีกทั้งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กว้างไกลขึ้น เหล่านี้ยังไม่เพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอสันกำแพงและการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่จุดขายทางด้านการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์และผจญภัยในธรรมชาติควบคู่ไปกับการความงามและโดดเด่นทางวัฒนธรรมล้านนา (Culture & Nature Tourism) หรือ Ecotourism + Cultural Tourism นำมาสู่การเป็นรายได้หลักของจังหวัดเทียบเป็นสัดส่วน 30 - 35% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GDP) ที่มีอยู่กว่าปีละ 100,000 - 120,000 ล้านบาท โดยมากที่สุดในภาคเหนือตอนบน 17 จังหวัด เทียบเป็น 55% ของรายได้รวมทั้งภาคเหนือ และเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดชลบุรี เชียงใหม่จึงมีตำแหน่งทางการตลาดที่เห็นชัดเจนคือเมืองท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ และเป็นประตูสู่ภาคเหนือตอนบนไปถึงกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงและจีนตอนใต้ (GMS) (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา : 2556)

ในโลกของการแข่งขันวันนี้ หากต้องการให้ธุรกิจอยู่รอด ต้องยอมรับความเปลี่ยนแปลงและปรับกระบวนการทางการตลาดที่เน้นความเข้าใจและเอาใจลูกค้าเป้าหมาย ก่อนที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปมักติดกับคู่แข่ง ต้องอ่านใจลูกค้าออก การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทำให้ทราบถึง

ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม (เครือวัลย์ ชัชกุล, 2548, 45-46)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสันกำแพง โดยการศึกษาและวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพงและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว อำเภอสันกำแพง เพื่อนำมาขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวของอำเภอ ให้มีแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดรายได้เสริมหรือรายได้หลักจากการท่องเที่ยวของชุมชนมีมากขึ้นและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นข้อมูลให้กับภาครัฐและผู้ประกอบการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวภายใต้บริบทของอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้ทราบสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวภายใต้บริบทของอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้ทราบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอสันกำแพง

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (ชวัลบุช อุทยาน, 2552)

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยทุกคนที่เดินทางจากจังหวัดหรือภูมิภาคของตนเองมาท่องเที่ยวในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาทำการวิจัย

23 สิงหาคม 2553 ถึง 31 กรกฎาคม 2558