วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 เมษายน 2562 - มิถุนายน 2562

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่: มุมมองจากภาครัฐ ภาคเอกชนและนักวิชาการ

Factors Affecting Economic Impact on Chinese Capitalists' Tourism Industrial Groups in Chiang Mai: Aspects of Public Sectors, Private Sectors, and Scholars

กรสิริ ดีใจวงษ์[*1]
Kornsiri Deejaiwong[*1]

[1]หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา
คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 ประเทศไทย
[1]Master of Atrs Program in Southeast Asian Studies, Faculty of Political Science and Public Administration, Chiang Mai University
239 Huaykeaw Road, Suthep sub-district, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, 50200, Thailand

***รับต้นฉบับบทความ**: 1 ตุลาคม 2561* ***ปรับปรุงบทความ**: 6 มีนาคม 2562* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 10 พฤษภาคม 2562*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐ 7 คน ผู้แทนจากภาคเอกชน 5 คน และสัมภาษณ์นักวิชาการเพิ่มเติม 1 คน เพื่อไม่ให้ผลการศึกษาโน้มเอียง ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในด้านปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว และปัจจัยสินค้าของที่ระลึกนั้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ มีแนวความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ปัจจัยภายในประกอบด้วย ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และด้านภาพลักษณ์ ส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ โดยมีมุมมองที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในด้านปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ

*ผู้เขียนหลัก
อีเมล: pw.wa@hotmai.com

และการเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว และการคมนาคม พบว่ามีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เห็นควรในการดำเนินตามแนวทางที่ดีอยู่แล้ว และเห็นควรมีมาตรการในการควบคุมดูแลที่อาจจะมีผลกระทบเชิงเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับความต้องการในเชิงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพ

คำสำคัญ

ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มทุนจีน อุปสงค์การท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study the factors affecting economic impact on Chinese capitalists' tourism industrial groups in Chiang Mai. Data were collected through in-depth interviews with 7 key informants from public sector, 5 representatives from private sector, additional in-depth interview 1 scholar to prevent bias, selected through purposive sampling. The data were analyzed by content analysis method. The research found that the public and private sectors and scholar agree that internal industrial demand concept which are tourism resource factors and souvenirs factors affect firmly on economic. Whilst other internal factors which are safety, basic infrastructures, facilities, advertisement and publications, and images, all have shown significant economic impact, both positive and negative, on the tourism industry in Chiang Mai. Although external factors such as economic and political situations, tourism popularity, and transport Therefore, there should be policies to control and maintain the situation well in order to efficiently accommodate the tourism industry in the city of Chiang Mai.

Keywords

Economic Impact, Tourism Industry, Chiang Mai Tourism, Chinese Capitalist, Tourism Demand

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจีน อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และนโยบายของรัฐมีความชัดเจนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 โดยพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติแห่งที่ 2 รองจากกรุงเทพมหานครจึงถือได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองผู้นำในการเปลี่ยนผ่านเศรษฐกิจของไทยจากยุคอุตสาหกรรมสู่การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม มีการจ้างงาน ในภาคการท่องเที่ยวมากกว่าใน

ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 14 และมีตัวเลข GDP สูงกว่าภาคเกษตรกรรมถึงร้อยละ 16 ในปี พ.ศ. 2559 เชียงใหม่มีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวถึงร้อยละ 38.29 (822,454 ล้านบาท) ซึ่งสูงที่สุดในประเทศ (Kaosa-ard 2018) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่นำรายได้เข้าประเทศซึ่งมีผลต่อเศรษฐกิจทั้งท้องถิ่นและประเทศ จังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีอัตราการเติบโตในระดับสูง ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดเชียงใหม่มีความตื่นตัวมากขึ้น นอกจากจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวของประเทศแล้ว ยังส่งผลให้เป็นที่สนใจสำหรับการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนักลงทุนชาวไทยและนักลงทุนชาวจีน หรือ “กลุ่มทุนจีน” สนใจเข้ามาทำการค้า การลงทุนในเชียงใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ทั้งบริษัททัวร์ ร้านอาหาร โรงแรม นวดแผนไทย สปา ร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจเกษตร หลังจากทางการจีนเริ่มผ่อนคลายมาตรการการลงทุนในต่างประเทศ จึงมีบริษัทเอกชนทำการลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศไทยเป็นเป้าหมายอันดับต้นๆ เพราะมีภูมิศาสตร์ฐานที่ตั้งของประเทศซึ่งเหมาะที่จะเป็นฐานการผลิตสู่อาเซียนอีกทั้งปัจจัยที่นักลงทุนจีนเลือกมาลงทุนในเชียงใหม่ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นที่รู้จักของชาวจีน เดินทางสะดวก ทำให้นักลงทุนจากจีนสนใจจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น (Chiang Mai News, 2018)

ในปัจจุบันการลงทุนของนักธุรกิจจีนมี 3 ลักษณะ คือ ลักษณะแรก คือ การร่วมลงทุนถือหุ้นร้อยละ 49 ต่อร้อยละ 51 ลักษณะที่สอง คือ การลงทุนให้คนไทยเป็นผู้จดทะเบียนบริษัทและบริหารตามนโยบายที่กลุ่มทุนกำหนด และลักษณะที่สาม คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เข้ามาเรียนในจังหวัดเชียงใหม่มีการเช่าพักที่อยู่อาศัยในลักษณะอพาร์ทเม้นท์และหอพัก และทำเป็นธุรกิจเพื่อให้ชาวจีนใช้พักอาศัยในระหว่างดำรงชีวิตในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะติดต่อกันผ่านทางสื่อออนไลน์ รวมไปถึงยังมีกลุ่มทุนที่เข้ามาเริ่มทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรองรับทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยว นักเรียน และนักศึกษา (Bangkokbiznews, 2015) กลุ่มเป้าหมายลูกค้าหลักของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ คือ นักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีข้อได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการของไทยในการเข้าถึงลูกค้าชาวจีนมากกว่า เนื่องจากได้เปรียบทางด้านภาษา การใช้สื่อที่เป็นภาษาจีน เช่น การโฆษณาสินค้า ที่พัก โปรแกรมทัวร์ต่างๆ ในสื่อออนไลน์ของจีน เป็นต้น จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพราะการเข้ามาของกลุ่มทุนจีนนั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางต่างๆ และก่อให้เกิดผลกระทบในหลายด้านทั้งเชิงบวกและเชิงลบโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามที่สนใจว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาลงทุนของกลุ่มทุนจีน และอธิบายปรากฏการณ์จากผลกระทบนั้นได้อย่างเหมาะสม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน

วัตถุประสงค์

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

1. อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว เป็นตัวผลักดันที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยว ทำให้เพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างพยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมามากขึ้นเพื่อหวังผลทางด้านรายได้ (Sankummuang & Kongsawaskiat, 2013, 223)

ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งกฎแห่งอุปสงค์การท่องเที่ยวได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณบริการการท่องเที่ยวกับอัตราค่าบริการไว้ว่า ถ้าอัตราค่าบริการของการท่องเที่ยวลดลง ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราค่าบริการของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวจะลดลง (Tangsomchai & Kankin, 2014, 10) สอดคล้องกับ Chewchankitjakarn (2010, 27) ที่กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการซื้อหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการซื้อและมีความสามารถจ่ายค่าบริการตามที่กำหนดไว้ได้ ดังที่ Lancaster (2005, 13) ได้อธิบายว่า อุปสงค์ คือ ความต้องการซื้อที่มีอำนาจซื้อสนับสนุน เช่น อุปสงค์ของธุรกิจโรงแรม คือ ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมโดยมีอำนาจซื้อสนับสนุน

2. ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว มีดังนี้ (Pimonsompong, 2014, 22)

2.1 **ปัจจัยภายใน** ประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว คือสิ่งดึงดูดของท้องถิ่นมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น และงานประเพณีต่างๆ 2) ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ 3) โครงสร้างพื้นฐาน รัฐเป็นผู้ลงทุน เช่น ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ ไฟฟ้า ระบบการสื่อสาร ฯลฯ 4) สินค้าของที่ระลึก ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม 5) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจ

ของนักท่องเที่ยว 6) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การคมนาคม พิธีการเข้า-ออกเมือง ฯลฯ 7) ภาพลักษณ์ เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น หากประเทศใดมีภาพลักษณ์ว่า เป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก

2.2 **ปัจจัยภายนอก** ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง 2) ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น และ 3) การขยายเส้นทางคมนาคม การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

การศึกษาของ Boontiengthum (2012, 212-213) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกมาเป็นอันดับแรก รองมาคือ ด้านราคาสินค้า/บริการ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ด้านเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งการศึกษาของ Renliang (2012) ที่พบว่า คนจีนมีความรู้ ความเข้าใจ และเชื่อมั่นในโอกาสของการลงทุนของจีนในไทย การลงทุนของจีนในไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางวัฒนธรรม และการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ ส่งผลกระทบต่อโอกาสในการส่งเสริมการลงทุนของนักธุรกิจไทย

โดยสรุปแล้วอุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล และปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ปัจจัยภายใน เช่น แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลก ความสัมพันธ์ทางการเมือง เป็นต้น

วิธีการวิจัย

1. **การกำหนดผู้ให้ข้อมูล** (Key Informants)

การกำหนดผู้ให้ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1.1 **ดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงจากบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่** จำนวน 7 คน ได้แก่ 1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ 2) รองนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3) ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ 4) เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ 5) รองผู้อำนวยการท่าอากาศยานเชียงใหม่ 6) เจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ 7) เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

1.2 **ดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงจากตัวแทน** (Representative) **ในกลุ่มภาคเอกชนตามประเภทธุรกิจ 5 ประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** โดยพิจารณาจากการประกอบธุรกิจในแต่ละประเภทไม่น้อยกว่า 5 ปี มีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยวและใช้บริการ จำนวน 5 คน ได้แก่ 1) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 2) ธุรกิจโรงแรมและที่พัก 3) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 4) ธุรกิจนวดแผนไทย/สปา และ 5) ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว

1.3 **ดำเนินการสัมภาษณ์นักวิชาการ จำนวน 1 คน** ทั้งนี้เพื่อให้ผลการศึกษาไม่มีความโน้มเอียงและถือประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตนเอง โดยคัดเลือกนักวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องและทำงานวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ หัวหน้าศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. **เครื่องมือที่ใช้การวิจัย** ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview Form) ซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับมุมมองภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการที่มีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต โดยเน้นทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก มุมมองจากภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการที่มีต่อกลุ่มทุนจีนที่เข้ามาประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่รวมทั้งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่ได้รับทั้งด้านบวกและด้านลบที่มีต่อกลุ่มทุนจีนที่เข้ามาประกอบธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาให้คำแนะนำและปรับปรุงเพื่อตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา ความครอบคลุมของแบบสัมภาษณ์ สำนวนภาษา รวมถึงความเหมาะสม แล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน

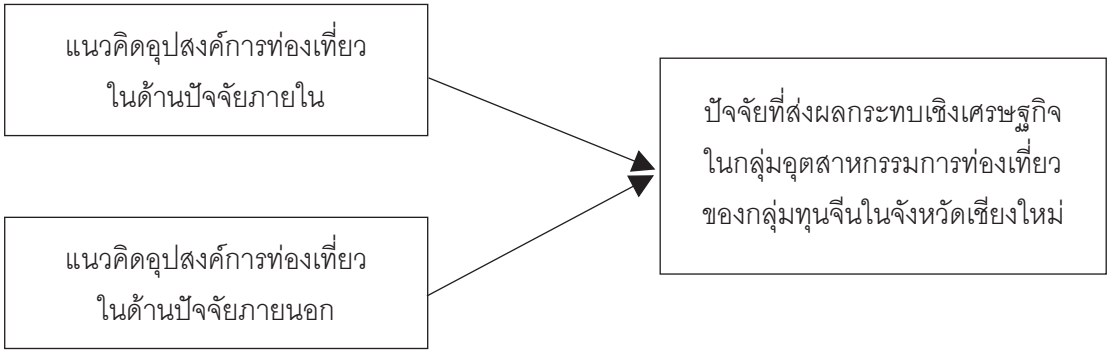
3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยข้อมูลที่ได้จะมี 2 ลักษณะคือ

3.1 **การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ** (Primary Data) คือ การสัมภาษณ์บุคคลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยข้อมูลดำเนินการขออนุเคราะห์ออกหนังสือจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ถึงผู้ให้ข้อมูล

จำนวน 13 ท่าน ติดต่อนัดหมายวันเวลา และสถานที่เพื่อขอสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเดินทางไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 13 ท่านด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างด้วยตัวเอง

3.2 **การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ** (Secondary Data) ค้นคว้าเอกสาร แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือ วารสาร ข้อมูลต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต ข่าวและอื่นๆ จากหน่วยงานต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง

4. **การวิเคราะห์ข้อมูล** กระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินวิธีการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลตามแนวทางการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) รวมทั้งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยภาคสนาม (Field Research) ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ภายใต้กรอบแนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในด้านปัจจัยภายในและด้านปัจจัยภายนอก เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในมุมมองเชิงบวกและเชิงลบจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ รวมทั้งหาข้อสรุปของปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่จากมุมมองภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ ดังแผนภูมิที่ 1 ข้างท้ายและนำมาเสนอในลักษณะเชิงพรรณนาความ (Thick Description)



แผนภูมิที่ 1: กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ : มุมมองจากภาครัฐ ภาคเอกชนและนักวิชาการ

ตารางที่ 1

ตารางสรุปปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	นักวิชาการ
ปัจจัยภายใน	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	เป็นปัจจัยเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลต่อการกระตุ้นสภาวะการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น		
	สินค้าของที่ระลึก			
	ความปลอดภัย	เป็นปัจจัยเชิงบวกเนื่องจากมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนจากภาคส่วนต่างๆ และดำเนินการตามขั้นตอน	ภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ครอบคลุมอาจส่งผลกระทบเชิงลบได้	เชิงบวก/จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมที่จะรองรับและสนับสนุนการท่องเที่ยว เชิงลบ/ คนไทยต้องเรียนรู้เพิ่มเติมด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร การทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์
	โครงสร้างพื้นฐาน			
	สิ่งอำนวยความสะดวก			
	การโฆษณาประชาสัมพันธ์			
	ภาพลักษณ์			
ปัจจัยภายนอก	สภาวะเศรษฐกิจและการเมือง	ส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ควรต้องมีการควบคุมดูแลดำเนินการตามแนวทางที่ดีให้สอดคล้องกับความต้องการในเชิงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว		
	ความนิยมในการท่องเที่ยว	เป็นปัจจัยเชิงบวกส่งผลดีเพราะมีการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น		
	การคมนาคม	เป็นปัจจัยเชิงบวกส่งผลดีเพราะมีความสะดวกสบายและมีการเติบโตเพิ่มขึ้น		

จากตารางที่ 1 อธิบายปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. **ปัจจัยภายใน**

อุปสงค์การท่องเที่ยวในด้านปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์พบว่า ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าปัจจัยภายในนั้นส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่

1.1 **ปัจจัยภายในที่มีลักษณะของการส่งผลกระทบในทิศทางที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน** ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว และปัจจัยสินค้าของที่ระลึก โดยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการต่างมีมุมมองว่า เป็นปัจจัยเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ดังรายละเอียดข้างท้าย

1.1.1 ปัจจัยภายในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการต่างมีมุมมองว่า เป็นปัจจัยเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ที่อธิบายว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการกระตุ้นสภาวะ

การท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น เนื่องด้วยจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติที่น่าสนใจ และส่งผลต่อความต้องการของกลุ่มทุนจีนที่จะเข้ามาลงทุน หรือเข้ามาร่วมธุรกิจลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวจีนนิยมและชื่นชอบจังหวัดเชียงใหม่เพราะว่าความเป็นธรรมชาติของคนภาคเหนือ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลจากภาคเอกชน ประเภทธุรกิจโรงแรมและที่พักที่อธิบายว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากอิทธิพลของสื่อ ละคร ภาพยนตร์ทั้งของไทยและของจีนที่ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกระแสของภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand ที่มีเชียงใหม่เป็นฉากถ่ายทำภาพยนตร์ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ทั้งในย่านถนนนิมมานเหมินท์ และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อีกทั้งทั้งในส่วนผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่และส่งผลกระทบในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จนเป็นผลให้กลุ่มทุนจีนให้ความสนใจมาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ว่า *"อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันค่อนข้างจะไปได้ดี เนื่องจากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะมีทุนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ล่าสุดมีจำนวนประมาณ 10 ล้านคน ตัวเลขประมาณ 7 ล้านคน คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนอีก 3 ล้านคนเป็นชาวต่างชาติ เป็นนักท่องเที่ยวจีนกว่าหนึ่งล้านคน จากอดีตนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อดูวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ธรรมชาติ "*

1.1.2 ปัจจัยภายในด้านสินค้าของที่ระลึก ผู้ให้ข้อมูลทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชนและนักวิชาการต่างมีมุมมองว่า เป็นปัจจัยเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ที่อธิบายว่าปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก โดยภาครัฐอธิบายว่าสินค้าของที่ระลึกนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และจากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลในภาคเอกชน จากหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ที่ระบุว่า *"ถ้าตอบโจทย์ความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ก็จะดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากจีนได้อย่างต่อเนื่อง"* ซึ่งมีความสอดรับกับผู้ให้ข้อมูลในภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับนวดแผนไทย สปา ที่อธิบายว่า *"นักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะไปใช้บริการซื้อสินค้าและบริการกับผู้ประกอบการที่มีการลงทุนของกลุ่มทุนจีน แต่ก็มีส่วนหนึ่งที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ขายสินค้าและของที่ระลึก ก็ยังได้ผลประโยชน์จากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทำให้เงินเข้าประเทศมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ"* ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้อธิบายว่าบางร้านในช่วงแรกก็ไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมากนักเนื่องจากพฤติกรรมที่ชอบต่อรองราคา รื้อค้นสินค้าและไม่ซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวชาวจีนบางรายส่งเสียงดัง ไม่ต่อแถว แต่ในเวลาต่อมาหน่วยงานภาครัฐของจีนเริ่มมีการให้ข้อมูลกับชาวจีนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้ชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในต่างประเทศเริ่มมีพฤติกรรมที่ดีขึ้น อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีการใช้สื่อ ป้ายต่างๆ ที่เป็น

ภาษาจีนเพื่อให้นักท่องเที่ยวจีนเข้าใจมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจีนเป็นไปในทิศทางที่ดีต่อเศรษฐกิจในจังหวัด

1.2 **ปัจจัยภายในที่ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นแตกต่างกัน** ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐระบุว่าความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการดำเนินการของภาครัฐ ซึ่งได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่แก่นักท่องเที่ยวจีน รวมไปถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ ด้วย โดยมีการกำหนดมาตรการต่างๆ เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลภาครัฐจากท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ *"การท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ทราบดีถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทางด้านสนามบินมีความพร้อมในการที่จะรองรับและสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ท่าอากาศยานมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มาตลอด โดยมุ่งเน้นในส่วนของความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และการต้อนรับที่ดีเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว"* ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลภาครัฐจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า และจากหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับกับการดำเนินการของหอการค้า จังหวัดเชียงใหม่ ที่อธิบายว่า *"ในการเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในปัจจุบันมีกระบวนการคัดกรองของหน่วยงานภาครัฐมีการจดทะเบียนธุรกิจ และดำเนินการตามระบบและเงื่อนไขที่รัฐกำหนดไว้ ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่ถ้าไม่เป็นไปตามระบบตามเงื่อนไขและผิดต่อพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ต้องมีหน่วยงานรัฐเข้าไปดูแลเพื่อแก้ไขให้ตรงตามความถูกต้อง และเพื่อป้องกันการลงทุนของนักท่องเที่ยวจีนในลักษณะตัวแทนถือหลักทรัพย์ (Nominee)"*

อย่างไรก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาจากคำให้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากภาคเอกชน กลับเห็นไปในทิศทางตรงกันข้ามว่า ภาครัฐเองยังให้การสนับสนุนดูแลปัจจัยดังกล่าวได้ไม่ครอบคลุม รวมถึงภาคเอกชนที่เกิดการแข่งขันกันเองจนอาจส่งผลกระทบทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร ระบุว่า *"อยากให้มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและปรับใช้ได้จริงให้เข้ากับเหตุการณ์ในปัจจุบันมากที่สุด อยากให้มีแผนการดำเนินการที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ให้มากขึ้น โดยเฉพาะแผนการดำเนินงานที่ส่งผลในระยะยาว"* ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ระบุว่า *"คนไทยที่ต้องการที่จะลงทุนแต่ขาดปัจจัยด้านทุน ทำให้กลุ่มทุนจีนที่กำลังสนใจประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบันและมีกำลังลงทุน กำลังซื้อ มีเงินทุนที่มากกว่าเข้ามาลงทุน ส่งผลให้นักลงทุนท้องถิ่นเสียโอกาส อีกทั้งบางแห่งจ้างแรงงานที่เป็นคนจีนด้วยกันเองเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันง่ายและเวลามีนักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการก็จะรู้สึกอุ่นใจและไว้ใจมากกว่า"*

นอกจากนี้บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านนวดแผนไทย สปา ที่อธิบายว่า *"อยากให้รัฐช่วยในเรื่องการตรวจสอบจัดการกับกลุ่มทุนจีนที่เข้ามาแบบผิดกฎหมาย เพราะเสมือนเข้ามาแย่งงาน แย่งอาชีพกับคนในท้องถิ่น อยากให้รัฐบาลดูข้อจำกัด เน้นคุณภาพ การให้บริการ เกณฑ์ที่มีมาตรฐาน และรัฐควรช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ออกร้าน (Booth) ในต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศจีน"*

ส่วนมุมมองของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อปัจจัยภายใน ดังนี้ *"จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมที่จะรองรับและสนับสนุน การท่องเที่ยว เนื่องจากมีปัจจัยทางด้านการอำนวยความสะดวกที่สะดวกสบายและง่ายแก่การเดินทาง การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวจีนครั้งแรกๆ ก็จะเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวและมองหาลู่ทางในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งคนไทยอาจยังมีวิธีคิดไม่เท่าทันคนจีนในหลายเรื่อง ต้องให้หลายๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลเพิ่มมากขึ้น รู้เท่าทันชาวต่างชาติมากขึ้น อีกทั้งปัจจุบันเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ผู้ประกอบการคนไทยและท้องถิ่นควรเรียนรู้เพิ่มเติมและปรับตัวให้เข้ากับการรองรับนักท่องเที่ยวจีน เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนเนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้สินค้าและความสะดวกสบาย"*

2. ปัจจัยภายนอก

แนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว และการคมนาคม พบว่า ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการต่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เห็นควรต้องมีมาตรการในการควบคุมดูแล และดำเนินตามแนวทางที่ดีอยู่แล้วให้สอดคล้องกับความต้องการในเชิงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลดีต่อทิศทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และอาจเป็นการป้องกันการลงทุนของนักลงทุนชาวจีนในลักษณะตัวแทนถือหลักทรัพย์ (Nominee) ได้ในอีกทางหนึ่ง เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่ระบุว่า *"เนื่องจากในปัจจุบันข้อมูลที่หน่วยงานรัฐทราบอาจจะยังไม่ครอบคลุมทุกอย่างจากสิ่งที่เกิดขึ้น อีกทั้งกฎหมายไทยเองยังมีช่องว่างทางกฎหมายอยู่และไม่ทันสมัยกับสถานการณ์ในปัจจุบัน อาจจะต้องปรับในเรื่องกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ วิธีการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ทำให้ท้องถิ่นและประเทศไทย ได้ประโยชน์สูงสุดจากการที่กลุ่มทุนจีนเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ ควรมีการกำหนดการจ้างงานคนท้องถิ่นแบ่งเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนต่อการลงทุน เพราะบางโรงแรมที่เปิดให้บริการจะจ้างเฉพาะคนจีน ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะง่ายต่อการสื่อสาร ทางหน่วยงานรัฐต้องกำหนดสัดส่วนที่ชัดเจน อีกทั้งการเสียภาษีที่ถูกต้องและชัดเจนตามกฎหมาย รวมทั้งการติดต่อสื่อสาร การคมนาคม มีสนามบินที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ในจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านสนามบินเชียงใหม่ในปัจจุบันจะมีอัตราการเติบโตที่สูงมาก มีการขยายตัวด้านการเพิ่มเที่ยวบินของทุกสายการบิน ทั้งสายการบินภายในประเทศและสายการบินต่างชาติมีเที่ยวบินตรงไปยังเมืองต่างๆ เพิ่มมากขึ้นจากอดีต ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเชียงใหม่"*

ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการ ซึ่งบางแห่งได้รับผลกระทบในเชิงลบจากภาวะการเมืองที่ไม่มีความมั่นคง และมีสถานการณ์ทางการเมืองที่อ่อนไหวต่อภาพลักษณ์ การสนับสนุนธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงสภาวะเศรษฐกิจทางการเงินของประเทศที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง *"การโพสข้อความที่ไม่พอใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนในสื่อสังคมออนไลน์ของคนในท้องถิ่นเชิงไม่ต้อนรับ การที่ผู้นำประเทศบางคนให้สัมภาษณ์กับสื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศที่เกี่ยวกับคนจีน จึงทำให้เกิดความไม่พอใจขึ้น รวมไปถึงค่าเงินในตลาดโลกมีความผันผวน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการตัดสินใจในการใช้จ่ายมากขึ้น และความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศไทยส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งทางด้านธุรกิจที่ทำอยู่นั้น เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับร้านอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเปิดรับนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาเป็นกลุ่มกับบริษัททัวร์ โดยมีการทำข้อตกลงกับบริษัททัวร์ต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการเป็นคนไทยและเป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว"* สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักที่มีมุมมองว่า *"ประเทศไทยเองยังคงเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาเพราะฉะนั้นในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวย่อมมีความเสี่ยงในเรื่องความปลอดภัย ถ้าการเมืองหรือสังคมมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ปัญหาการเมืองขัดแย้งภายในประเทศย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแน่นอน"* ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกในทิศทางเดียวกันว่า ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และหากมีการดำเนินการที่ไม่ครอบคลุม อาจส่งผลต่อการลงทุนของนักลงทุนจีนในลักษณะตัวแทนถือหลักทรัพย์ (Nominee) เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านการคมนาคมในการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดเชียงใหม่ *"ทางการท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ มีการประสานกับทางกงสุลจีน และให้การสนับสนุน โดยพยายามสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนเพื่อที่จะเข้ามาช่วยและอำนวยความสะดวกให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการท่าอากาศยานฯ ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดของสนามบินนานาชาติเชียงใหม่ ด้านระยะเวลาทำการที่เปิดบริการถึงเที่ยงคืน หากในอนาคตสามารถปรับเปลี่ยนได้อาจรองรับเที่ยวบินได้อย่างต่อเนื่อง และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว"* สอดรับกับแนวคิดของผู้บริหารหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ที่ว่า การลงทุนจากต่างประเทศมีกฎหมายเพื่อรองรับอยู่แล้วในสัดส่วนของผู้ถือครองต่างชาติและกับคนไทย ดังนั้นขึ้นอยู่กับการใช้กฎหมายให้ถูกต้องและกฎหมายในประเทศมีประสิทธิภาพต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน สำหรับเชียงใหม่แล้วยังไม่มีปัจจัยใดที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง เพราะฉะนั้นหากประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว รวมถึงตอบโจทย์ความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องได้ ก็จะสามารถดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากจีนได้อย่างต่อเนื่อง และควรปล่อยให้กลไกของตลาดดำเนินไปตามแนวทางโดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ดูแลควบคุมอย่างตรงไปตรงมา ส่วนไหนมีปัญหาต้องเข้ามาดูแลและปรับให้ตรงตามข้อกฎหมายที่ถูกต้อง และพัฒนาไปตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน อีกทั้งควรส่งเสริมคนในท้องถิ่นให้ความรู้ความเข้าใจในการปรับเปลี่ยน พัฒนา และรองรับกับสิ่งที่กำลังเปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นในปัจจุบันเพื่อส่งเสริมให้ไปด้วยกันได้และเพื่อให้มีการแข่งขันที่คนท้องถิ่นจะไม่เสียเปรียบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่สรุปว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยสินค้าของที่ระลึก โดยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ มีมุมมองว่าเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากทำให้นักลงทุนเห็นช่องทางในการลงทุนจึงเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศและก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ในขณะที่ปัจจัยด้านความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์นั้น ภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการต่างมีมุมมองที่แตกต่างกัน เนื่องจากการเข้ามาลงทุนของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ ทางด้านบวกก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ ภาครัฐมีรายได้จากภาษีจากการเข้ามาลงทุนของต่างชาติ ส่วนในด้านลบนั้นการเข้ามาลงทุนของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อได้เปรียบทั้งการเข้าถึงลูกค้าและวิธีการตลาดที่ซับซ้อน ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น อีกทั้งบางรายประกอบธุรกิจในรูปแบบที่ไม่โปร่งใสและผิดกฎหมาย ก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหาตามมา ในการดำเนินงานของภาครัฐบางครั้งอาจจะล่าช้าเพราะมีขั้นตอนตามกฎระเบียบ ในขณะที่ด้านปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว และการคมนาคม พบว่า ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการต่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เห็นควรต้องมีมาตรการในการควบคุมดูแล ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Tummarug (2016) ที่ได้ศึกษาเรื่องการขยายบทบาทของกลุ่มทุนจีนที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ผลการศึกษาพบว่า การลงทุนจากจีนและการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจากจีนนั้นส่งผลดีแต่บางส่วนก็ทำให้เกิดผลเสียเนื่องจากกฎหมายไทยทำให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจจนส่งผลต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง และดำเนินตามแนวทางที่ดีอยู่แล้วให้สอดคล้องกับความต้องการในเชิงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลดีต่อทิศทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรการท่องเที่ยว ปัจจัยสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว และการคมนาคม ด้านความคิดเห็นของแต่ละภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการนั้น ขึ้นอยู่กับการได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์ ถ้าหน่วยงานส่วนใดหรือธุรกิจใดได้ประโยชน์ก็จะมองว่าการที่กลุ่มทุนจีนเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นผลกระทบด้านดี แต่ถ้าธุรกิจใดหรือหน่วยงานใดได้รับผลกระทบทางลบหรือเสียผลประโยชน์ก็จะมองว่าการที่กลุ่มทุนจีนเข้ามาประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่นั้นเป็นผลกระทบด้านลบ ดังนั้นจึงทำให้มีความคิดเห็นที่ตรงกันและแตกต่างกัน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับการจัดการและความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการแก้ไขบางประเด็นปัญหาเพื่อให้ประชาชนและประเทศได้รับผลประโยชน์สูงสุด

สรุป

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทุนจีนในจังหวัดเชียงใหม่นั้น จากมุมมองจากภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ พบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละภาคส่วนมีหน้าที่ มุมมอง ประโยชน์จากเรื่องที่เกิดขึ้นอย่างไร การเข้ามาของท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่นั้นส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ การกระจายรายได้และดึงดูดนักลงทุนทั้งนักลงทุนในประเทศ และต่างประเทศโดยเฉพาะนักลงทุนจีน กลุ่มทุนจีนที่เข้ามาประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่นั้นทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ การกระจายรายได้สู่ชุมชนและกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ก็มีบางกลุ่มที่เข้ามาแบบผิดกฎหมายหรือเข้ามาประกอบธุรกิจในขั้นตอนที่ไม่โปร่งใส เช่น การประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การเข้ามาโดยใช้ชื่อตัวแทนที่เป็นคนในประเทศหรือคนในท้องถิ่นประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสียหายต่อประเทศและไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนเพราะบางแห่งมีการจ้างงานคนจีนด้วยกันเอง ซึ่งเป็นการแข่งขันกับผู้ประกอบการท้องถิ่น เนื่องจากได้เปรียบในการเข้าถึงลูกค้าและการสื่อสารโดยเฉพาะด้านภาษา นอกจากนี้ภาคเอกชนนั้นมองว่าการทำงานค่อนข้างล่าช้าและกฎหมายในการควบคุมค่อนข้างไม่ทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน และจากผลการวิจัยที่ค้นพบดังที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐ**

ควรมีการร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อช่วยให้ท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะภาครัฐต้องหาแนวทางที่จะไม่ทำให้ท้องถิ่นเสียเปรียบ ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการการดูแลควบคุมจัดการอย่างดี และเป็นระบบซึ่งต้องไม่ล่าช้าในการทำงาน อีกทั้งกฎหมายที่บังคับใช้ กฎระเบียบต่างๆ ควรมีวิธีการดำเนินการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ควรมีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน เนื่องจากข้อมูลที่หน่วยงานรัฐทราบยังไม่ครอบคลุมทุกอย่างจากสิ่งที่เกิดขึ้น อีกทั้งกฎหมายไทยเองยังมีช่องว่างทางกฎหมายอยู่และเป็นกฎหมายที่ไม่ทันสมัยกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ทำให้ท้องถิ่นและประเทศไทยเสียผลประโยชน์จากการที่กลุ่มทุนจีนเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศ ควรมีการกำหนดการจ้างงานคนท้องถิ่นแบ่งเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนต่อการลงทุน รวมถึงการเสียภาษีที่ถูกต้องและชัดเจนตามกฎหมาย ควรมีการสนับสนุนคนท้องถิ่นหรือคนไทยที่ต้องการที่ลงทุนแต่ขาดปัจจัยด้านทุน เพื่อให้นักลงทุนท้องถิ่นได้รับโอกาส อีกทั้งผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ รัฐต้องมีการสนับสนุนด้านทุนการศึกษาให้นักเรียนนักศึกษาไทยไปเรียนที่ประเทศจีนเพื่อเรียนรู้ระบบการทำงานและวิธีคิด รวมถึงวิถีความเป็นอยู่ วัฒนธรรมต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาและปรับใช้กับสถานการณ์ในปัจจุบัน การปลูกจิตสำนึกให้คนไทยเกิดความหวงแหนแผ่นดินเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในเรื่องการให้ใช้ชื่อประกอบธุรกิจแทนคนต่างชาติทั้งรูปแบบ และวิธีการต่างๆ เพื่อให้รู้เท่าทันกลุ่มนักลงทุนต่างชาติ อีกทั้งตระหนักถึงข้อเสียที่จะเกิดขึ้นในสังคมไทยในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจจากการกระทำดังกล่าว

2. **ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการสำหรับภาคเอกชน**

ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องศึกษาและเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งด้านภาษาการสื่อสาร และการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น การใช้สื่อออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้เพื่อผลประโยชน์แก่การประกอบธุรกิจของตนเอง

3. **ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสำหรับการต่อยอด**

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาผลการดำเนินการของมาตรการควบคุมดูแลตามแนวทางหรือนโยบายของภาครัฐ เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจึงจะไม่เห็นผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเลข สถิติ มูลค่า ที่มาสนับสนุนเหมือนการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

References

Bangkokbiznews. (2015). **Chinese capital "invade Chiang Mai buy property".** Retrieved August 4, 2018, from http://www.home.co.th/hometips/detail/81305. [in Thai]

Boontiengthum, P. (2012). **A study of factor influencing the travelling decision and the expectations and satisfaction of Thai tourists visiting the floating market in Talingchan District.** Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]

Chewchankitjakarn, A. (2010). **Principle of marketing for tourism.** Bangkok: Dhurakij Pundit University Printing. [in Thai]

Chiang Mai News. (2018). **Chiang Mai observatiory pointed out that the second half of the economy has improved believe that Chiese tourists come back to stimulate the balance.** Retrieved August 4, 2018, from https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/831912. [in Thai]

Kaosa-ard, M. (2018). **Chiang Mai a city of cultural tourims 4.0?.** Retrieved August 4, 2018, from http://www.chiangmaiworldheritage.net. [in Thai]

Lancaster, M. (2005). **Hotel marketing.** Bangkok: Dhurakij Pundit University Printing. [in Thai]

Pimonsomphong, C. (2014). **Tourism planing and marketing development.** Bangkok: Faculty of Humanities, Kasetsart University. [in Thai]

Renliang, L. (2012). **Opportunities to promote Chinese investment in Thailand sustainability: Analyze from culture.** Bangkok: School of Social and Environment Development, National Institute of Development Administration. [in Thai]

Sankummuang, C. & Kongsawaskiat, K. (2013). Factor affecting tourism demand: Case study in Loei province. **Finance, Investment and Business Administration.** 3(4), 223-241. [in Thai]

Tangsonchai, C. & Kankin, P. (2014). **Situation and trend of tourism business in the Upper North.** Chiang Mai: Business Warning Center, Faculty of Business, Chiang Mai University. [in Thai]

Tummarug, S. (2016). **Chinese businessmen caused Thai economy.** Bangkok: Ministry of Foreign Affairs. [in Thai]