

สภาพการณ์การท่องเที่ยวและกลยุทธ์การพัฒนา การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

อ. ฌักทรี กุลนันท์*

บทคัดย่อ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันไปทั่วโลก โดยมีศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของจังหวัด มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2551 ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ร้อยละ 60 มาจากคนไทยที่เที่ยวในประเทศในขณะเดียวกันจังหวัดเชียงใหม่ก็เกิดปัญหาที่เกิดจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั้งปัญหาในส่วนของ การเปลี่ยนแปลงจากสังคมแบบล้าช้าไปสู่สังคมเมือง อีกทั้งปัญหามลภาวะทางสังคมและมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งเห็นได้จากจำนวนรถบนถนนในเขตเมืองเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีตึกสูงเพิ่มขึ้นบดบังทัศนียภาพของดอยสุเทพ และโบราณสถาน นอกจากนี้ยังมีปัญหาน้ำเสีย อากาศเสีย ปัญหาโรคเอดส์ และโรคระบาด ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสภาวะแวดล้อม จนส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดน้อยลง ดังนั้นศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่ จึงจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2550 – 2552 โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการรักษาอัตลักษณ์ (identity) ของจังหวัดเชียงใหม่รวมทั้งฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้านด้วยกันคือ 1) ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ด้านการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและดูงาน 4) ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6) ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

คำสำคัญ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนา

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่ได้รับรางวัลเมืองน่าเที่ยวจากหลาย ๆ องค์การมาโดยตลอด ล่าสุดได้รับรางวัลอันดับ 2 Top City of Asia จาก คอนเดอรันาร์ต อเมริกา ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านจำนวนกว่า 3 ล้านคน โดยรางวัลดังกล่าวนี้มาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านทั่วโลก ทั้งนี้นายวิระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เป็นผู้แทนประเทศไทยเดินทางไปรับรางวัลที่นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2551 (ผู้จัดการออนไลน์, 2551) นับเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเชียงใหม่ว่าเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันไปทั่วโลก ทั้งนี้มีปัจจัยจากศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่

* อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชนเผ่าและหัตถกรรมที่มีอยู่เป็นจำนวนมากของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันไปทั่วโลก สิ่งเหล่านี้ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจากภาพที่ 1 พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (Gross Provincial Products : GPP) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547-2551 ซึ่งนับว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของเชียงใหม่

ภาพที่ 1 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่



ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่และสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552

จากศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้คนยอมรับและรู้จักกันไปทั่วโลกทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปีพ.ศ. 2549-2551 มีจำนวนมากกว่า 5 ล้านคนและสร้างรายได้ประมาณ 40,000 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปี	2547	2548	2549	2550	2551
จำนวนนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ (คน)	3,898,543	3,997,776	5,590,326	5,356,867	5,313,352
รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ (ล้านบาท)	45,066.89	31,120.43	39,785.06	38,894.25	41,736.86

ที่มา : สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีมากกว่า 5 ล้านคนนั้น พบว่ามีสัดส่วนของคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 60 กล่าวคือมีคนไทยประมาณ 3,600,000 คน ต่อปี และต่างประเทศประมาณ 1,700,000 คนต่อปีซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้จังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละปีประมาณ 40,000 ล้านบาทโดยเป็นรายได้จากคนไทยมากกว่า 23,000 ล้านบาทและรายได้จากต่างประเทศมากกว่า 17,000 ล้านบาท ในขณะที่เดียวกันเมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่าระยะเวลาในการพำนักรักของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีระยะเวลาใกล้เคียงกับคนไทยคือประมาณ 2-3 วัน แต่ในส่วนของการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันของต่างประเทศมากกว่า 3,000 บาทต่อวันซึ่งมากกว่าคนไทยที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 2,000 บาท ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาในการพำนัก และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)		ระยะเวลาในการพำนัก (วัน)		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (คน/วัน)		รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ
2547	2,101,099	1,797,444	3.96	3.86	2,720.42	3,568.4	20,831.85	24,235.04
2548	2,160,142	1,837,634	2.51	3.32	2,410.63	3,167.78	12,187.18	18,933.25
2549	3,539,772	2,050,554	2.68	3.42	2,449.71	3,141.02	19,085.64	20,699.42
2550	3,601,727	1,755,140	2.95	3.42	2,399.66	3,239.56	20,777.66	18,116.59
2551	3,613,080	1,700,272	2.46	3.24	2,212.54	3,213.76	23,882.64	17,854.22

ที่มา : สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการอื่นๆ อีกหลายประการ เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจบริการนำเที่ยว รวมทั้งขนส่งผู้โดยสาร ตลอดจนธุรกิจบริการ บ้านเช่า กีฬาและกิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้ มีความสลับซับซ้อนและเกี่ยวพัน ต่อกันและแข่งขันซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่นบริษัทนำเที่ยวซึ่งเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (package tour) ต่างๆ จะมีการทำสัญญาหรือข้อตกลงกับโรงแรม ร้านอาหาร ผู้ให้บริการรถเช่าและผู้ให้บริการกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เพื่อนำนักท่องเที่ยวไปใช้บริการ โดยมีผลประโยชน์ตอบแทนซึ่งกันและกัน สำหรับตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชียงใหม่ในส่วนใหญ่นั้นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อไม่สูงนัก โดยมีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 2,700 บาทต่อคนต่อวัน และมีระยะเวลาพักสั้นเพียงประมาณ 3 วัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นป่าและภูเขา นักท่องเที่ยวมักไม่พักหลายวัน เหมือนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทะเลและชายหาด เช่นกรณีของจังหวัดภูเก็ต ที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวประมาณ 4 วันและมีการใช้จ่ายมากถึง 3,300 บาทต่อคนต่อวัน (ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่, 2552)

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ก็ยังประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การขาดแหล่งดึงดูดใจใหม่ ๆ การสูญเสียอัตลักษณ์ (identity) ของล้านนา การแข่งขันด้านราคาที่น่าพาให้ผู้ประกอบการเข้าสู่กับดักราคาต่ำโดยอาศัยการลดต้นทุน การใช้แรงงานต่างชาติ และอาศัยอสังหาริมทรัพย์ของคนไทยมากกว่าการใช้ยุทธวิธีสร้างความแตกต่าง (differentiation strategies) โดยอาศัยสินค้าและบริการล้านนาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กับดักราคาต่ำนั้นนับวันจะทำให้สถานประกอบการทรุดโทรมลงไปเรื่อย ๆ เพราะขาดการบำรุงรักษาที่ดี สินค้าบริการขาดเอกลักษณ์ หรือแม้แต่มูลค่าของงานศิลปหัตถกรรม ลดมาตรฐานลงเพื่อหวังแต่กำไร มีการลอกเลียนแบบศิลปหัตถกรรม โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพประณีตและคุณภาพของสินค้า มีการผลิตศิลปวัตถุและโบราณวัตถุเทียมขึ้นมาโดยไม่คงเอกลักษณ์เดิมไว้ (วิระพล ทองมา และประเจต อำนาง, 2547, น. 20) นอกจากนี้ยังมีการทำลายคุณค่าทางศิลปะของโบราณสถาน และศาสนสถานอีกด้วย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เกิดขึ้นสามารถนำมาประกอบในการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่แยกออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (internal environmental analysis)

1.1 จุดแข็ง (strengths: S)

- 1) เชียงใหม่เป็นเมืองที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเนื่องจากชาวเชียงใหม่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี
- 2) เชียงใหม่ได้ยกระดับอุตสาหกรรมโรงแรมจาก 3 ดาวเป็น 5 ดาวมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การเพิ่มขึ้นของโรงแรมระดับ 5 ดาวในปัจจุบันเช่น โรงแรมดาราเทวี โรงแรมเจดีย์ นอกจากนี้ยังมี โฮมสเตย์และรีสอร์ท ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกด้านที่พักที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) เชียงใหม่มีชื่อเสียงด้านเอกลักษณ์ ความสวยงามทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นตนเองมากกว่า 1,000 ปี
- 4) เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางในหลาย ๆ ด้านที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจการเงินการธนาคารในภาคเหนือ เป็นศูนย์กลางการศึกษาโดยมีมหาวิทยาลัยถึง 7 แห่งที่จะรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้รัฐบาลได้ยกระดับจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลักแห่งหนึ่งของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)
- 5) ระบบการคมนาคมขนส่งที่สะดวกทั้งทางรถไฟ รถยนต์ รถโดยสาร รวมถึงทางอากาศที่ปัจจุบันมีสายการบินต้นทุนต่ำเปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้น
- 6) มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ในหุบเขาฟาร์ และงานราชพฤกษ์(มหกรรมพืชสวนโลก) นอกจากนี้ยังมีสวนสัตว์ที่มีหมูป่าจากประเทศจีนจำนวน 2 ตัว ซึ่งในปัจจุบันได้มีลูกของหมูป่าเพิ่มขึ้นมาอีก 1 ตัว ส่งผลให้ผู้คนหลั่งไหลมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น

1.2 จุดอ่อน (weaknesses: W)

1) ขาดการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดี เช่น การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับวันและเวลาการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2) การให้บริการสาธารณะหลายประเภทยังขาดแคลน ไม่ได้มาตรฐาน เช่น ที่จอดรถโดยสารประจำทาง การให้บริการห้องน้ำสะอาด และความเพียงพอของห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวและตามสถานที่สาธารณะต่าง ๆ

3) ขาดการอนุรักษ์ย่านเมืองเก่า ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติหลายแห่งเสื่อมโทรมเพราะขาดการดูแลรักษาอย่างสม่ำเสมอ

4) ปัญหามลพิษทางอากาศได้แก่ หมอกควันและควันพิษในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีคุณภาพอากาศต่ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงก่อนฤดูฝน

2. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (external environmental analysis)

2.1 โอกาส (opportunities: O)

1) การขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศเอเชียใต้ (South Asia) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศอินเดีย โดยในเดือนพฤษภาคม ปี 2552 มีนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 85,978 คน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 9.31

2) การขยายตัวของการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ชาวญี่ปุ่นและชาวสิงคโปร์ เป็นต้น

3) การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้การติดต่อสื่อสาร การซื้อขายและการนำเสนอสินค้าผ่านระบบ Internet สามารถทำได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น

2.2 อุปสรรค (threats : T)

1) เกิดปัญหาโรคระบาดทั้งโรคซาร์และไข้หวัดใหญ่ 2009 ที่เป็นอันตรายต่อชีวิตทำให้นักท่องเที่ยวหวาดกลัวไม่อยากเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และโรคดังกล่าวติดต่อกันได้ง่าย

2) ในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ได้บรรจุการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย อย่างไรก็ตามในระดับจังหวัดนั้น ได้มีหัวข้อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ยังคงขาดความหลากหลายของภาษาที่ใช้ในการนำเสนอ เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น เกาหลี และฝรั่งเศส เป็นต้น

3) นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมมักนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเฉพาะช่วงเทศกาลเป็นจำนวนมาก ซึ่งก่อให้เกิดความแออัด ทั้งในระบบจราจรและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจสร้างความไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

4) สภาพทางเศรษฐกิจ และสภาพการเมืองของประเทศไทยในปัจจุบัน ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเปลี่ยนไปท่องเที่ยวในประเทศอื่น ๆ มากกว่าประเทศไทย

ปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงจากสังคมแบบล้าช้าไปสู่สังคมเมือง เชียงใหม่ เป็นดินแดนในฝันที่ใครต่อใครปรารถนาไปเยือน บางคนถึงขั้นลงหลักปักฐาน ใช้ชีวิตบั้นปลายใน “ดินแดนแห่งดอกเอื้องและเสียงซึง” แห่งนี้ เมืองเชียงใหม่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการรับเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ จนทำให้วัฒนธรรม ประเพณี และการดำรงชีวิตของผู้คนพื้นเมืองแทบจะไม่ปรากฏให้เห็น สุรินทร์ สุริยวงศ์ (2549, น. 7-8) ระบุว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวทำให้เชียงใหม่เปลี่ยนภาพลักษณ์ไปจากเดิม ทั้งภาพเมืองที่มีเสน่ห์ ผู้คนน่ารักยิ้มแย้มแจ่มใส โบราณสถานที่เคยอนุรักษ์สถาปัตยกรรมแบบล้าช้า บัดนี้ความรู้สึกแบบต่าง ๆ แทบจะหมดหายไปจากสังคมของคนเชียงใหม่ กระแสการเปลี่ยนแปลงสังคมของเชียงใหม่ได้ถูกวัฒนธรรมจากตะวันตกเข้าครอบงำ ซึ่งเห็นได้จากอาหารการกินหรือแม้แต่การแต่งกายของคนรุ่นใหม่ ก็เปลี่ยนไป รวบรวมว่าเป็นมหานครของไทยที่ย่อส่วนมาจากกรุงเทพมหานคร ให้เล็กลงเท่านั้น นอกจากนี้ คนหนุ่มสาวสมัยใหม่หลงใหลใฝ่ฝันกับกระแสแห่งสังคมเมือง ที่นับวันจะกลืนกินรากเหง้าและความเป็นตัวตนของคนเชียงใหม่ จนแทบสูญเสียอัตลักษณ์ (identity) ของตนเอง คงเหลือเพียงผู้อาวุโสส่วนหนึ่งที่ยังคงใช้ชีวิตวิถี และดำรงวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมเอาไว้

ปัญหาเมืองแห่งมลพิษ มลภาวะทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน มีรถรามากมายวิ่งบนถนน เชียงใหม่ ตึกน้อยใหญ่ผุดขึ้นแทบทุกพื้นที่ แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตคงหนีไม่พ้นภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่รื้อสลายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการลงทุนด้านที่พัก ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างมาก โรงแรมขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ที่เพิ่มขึ้นราวกับดอกเห็ด เชียงใหม่จะมีอัตราการเจริญเติบโตทางธุรกิจสูงขึ้น จะมีตึกน้อยใหญ่ผุดเกิดขึ้นเต็มเมือง พร้อมทั้งบดบังทัศนียภาพของวัดวาอารามที่มีอยู่ทั่วทุกหัวระแหง คนในเมืองเชียงใหม่ต้องเผชิญกับปัญหารถติด เผชิญมลพิษ เหมือนกับเมืองใหญ่ทั่วไป นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่น ๆ ที่ตามมาไม่ว่าจะเป็นปัญหาโบราณสถานถูกบุกรุกทำลาย ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำปิง ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาโรคเอดส์ ฯลฯ หากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อาจเข้าสู่ภาวะวิกฤตอย่างแน่นอน

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาสนับสนุนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ทำให้ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2550 - 2552 ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดโดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการรักษาอัตลักษณ์ (identity) ของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรม ที่เหมาะสมกับการเป็นจุดหมายปลายทางของการพักผ่อน สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และต่างประเทศ ดังนั้นจังหวัดเชียงใหม่กำหนดแผนยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้านด้วยกันคือ 1) ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ด้านการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและดูงาน 4) ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6) ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีเนื้อหาดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: เชียงใหม่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)

แผนงานที่ 1 พัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการส่งเสริมการจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับพื้นที่/ระดับจังหวัด พันธมิตรล้านนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันรับผิดชอบ

แผนงานที่ 2 ทบทวนศักยภาพ และกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการทบทวนศักยภาพและกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนาโครงข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้มีจำนวนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น

แผนงานที่ 3 บูรณะฟื้นฟู และกำหนดเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการบูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เสื่อมโทรม ซึ่งทำให้เกิดมาตรการการอนุรักษ์และเพิ่มประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้นได้

แผนงานที่ 4 การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือในการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และให้การศึกษาและผลิตบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนการฝึกอบรมเรื่องหลักและวิธีการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับผู้บริหารจัดการในภาครัฐและเอกชนรวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนและบุคคลทั่วไป ซึ่งทำให้มีมติดินโยบายและแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการศึกษาและสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนทั้งมีจำนวนเยาวชนและบุคคลทั่วไปที่รับทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 5 การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และสร้างศักยภาพแก่ประชาชนในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการสนับสนุนการจัดตั้งองค์กรประชาชนท้องถิ่นและเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งโครงการศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระหว่างชุมชนทำให้จำนวนชมรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดตั้งขึ้นโดยชุมชนท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการศึกษาดูงานเพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 6 การส่งเสริม พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็นภูมิทัศน์ได้

แผนงานที่ 7 การส่งเสริมการตลาดและการนำเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการส่งเสริมการตลาดและการขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้มีจำนวนประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ได้ทราบข้อมูลและใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 8 การส่งเสริมการลงทุน ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นโครงการกระตุ้นการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งทำให้จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 9 การติดตาม และการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการติดตามและประเมินผลการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งทำให้เห็นถึงความสำเร็จและความก้าวหน้าของโครงการแต่ละโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

ยุทธศาสตร์ที่ 2: เชียงใหม่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (history and cultural tourism)

แผนงานที่ 1 สืบสานประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นการจัดโครงการเชียงใหม่เมืองประวัติศาสตร์และเมืองเก่าและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ล้านนาเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

แผนงานที่ 2 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมศิลปวัฒนธรรม เป็นการอนุรักษ์และปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมทำให้สามารถรักษาสภาพแวดล้อมเมืองประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้กับลูกหลานต่อไปได้

แผนงานที่ 3 ปรับปรุงกฎหมายเพื่ออนุรักษ์อาคารเก่า และควบคุมการก่อสร้างในเขตอนุรักษ์ เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงกฎหมายเพื่ออนุรักษ์อาคารเก่าและควบคุมการก่อสร้าง ทำให้มีอาคารเก่าที่ได้รับการอนุรักษ์เพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 4 เผยแพร่และสื่อความหมายการท่องเที่ยววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นการผลิตแผ่นพับและวิดีโอเพื่อแนะนำการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวในการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

แผนงานที่ 5 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นการฟื้นฟูสืบค้นเอกลักษณ์และประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นโดยชุมชน โดยสำรวจเพื่อจัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชุมชนเพื่อให้ชุมชนภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์ชุมชนของตน ตลอดจนเพื่อสร้างความพึงพอใจที่มีต่อชุมชนให้นักท่องเที่ยว

แผนงานที่ 6 สร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมทั้งให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

แผนงานที่ 7 พัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการสนับสนุนให้เกิดที่พัก Home Stay ในชุมชน และพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชน และเพื่อเพิ่มจำนวนชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการ Home Stay ตลอดจนเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แผนงานที่ 8 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นการประกวดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับ อบต. และให้ความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของทุก อบต.

แผนงานที่ 9 การพัฒนาบุคลากรและชุมชน เป็นการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง Edutainment ในด้านวัฒนธรรมและการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับการประกอบกิจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำหรับผู้ประกอบการ/ชุมชน รวมทั้งการจัดทำคู่มือในการบริหารจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรมสำหรับ อบต.

ยุทธศาสตร์ที่ 3: เชียงใหม่จุดหมายปลายทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา (education) และดูงาน (sight seeing)

แผนงานที่ 1 สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและดูงาน เป็นการสนับสนุนการผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับบัตรสำหรับการประกอบอาชีพการเป็นมัคคุเทศก์เพิ่มขึ้น การสร้างและพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP และธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และการพัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าชมศูนย์กลางการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่

แผนงานที่ 2 สร้างภาพลักษณ์โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและดูงาน เป็นการจัดทำเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านสื่อ Internet ทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในเอกสารสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อ Internet เพิ่มมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เชิญใหม่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism)

แผนงานที่ 1 การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการเกษตร ฟาร์มเกษตร กลุ่มอุตสาหกรรมเชิงเกษตร สวนเกษตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสูงขึ้น

แผนงานที่ 2 การพัฒนาการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการพัฒนากิจกรรมพื้นที่สูงด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพัฒนาบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีจำนวนเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มมากขึ้น

แผนงานที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกที่สมัครเข้าเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีจำนวนนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปที่ประทับใจเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5: เชิญใหม่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แผนงานที่ 1 พัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการยกระดับความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และการสร้างอัตลักษณ์ล้านนาสปา/นวดเพื่อสุขภาพ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานธุรกิจสุขภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจด้านความปลอดภัยด้านสุขภาพและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวตลอดจนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพที่ผ่านการอบรมจนได้มาตรฐานรองรับ

แผนงานที่ 2 การสร้างตลาดเชิงรุก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการจัดโครงการ Road Show สินค้า/บริการสุขภาพ ในประเทศและต่างประเทศเพื่อเพิ่มจำนวนผู้สนใจที่เข้าเยี่ยมชมโครงการ Road Show สินค้า/บริการสุขภาพ

แผนงานที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์โดยการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการประชาสัมพันธ์ตามสื่อทุกสาขาเพื่อเพิ่มจำนวนประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 6: เชิญใหม่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sport tourism)

แผนงานที่ 1 พัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการปรับปรุงสภาพสนามกีฬาเพื่อรองรับการแข่งขันกีฬานานาชาติ การปรับปรุงและสร้างเส้นทางผจญภัยทั้งจักรยาน จักรยานยนต์และรถยนต์ ให้มีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญภัยทำให้เกิดสภาพของสนามกีฬาที่สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกีฬาได้หลายๆ ประเภท รวมทั้งเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของเส้นทาง

แผนงานที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์ โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการประชาสัมพันธ์การแข่งขันกีฬาตามสื่อประเภทต่างๆ และการจัดกิจกรรมและงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านกีฬาทำให้มีจำนวนประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ทราบข่าวการจัดแข่งขันผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมหลังจากได้รับทราบข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้น

สรุป

จากศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลายทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรม ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จนสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2551 ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ร้อยละ 60 มาจากคนไทยที่เที่ยวในประเทศโดยพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวมีระยะเวลา ประมาณ 2-3 วัน และมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันประมาณ 2,700 บาท ในขณะที่เดียวกันจังหวัดเชียงใหม่ก็ประสบปัญหาที่เกิดจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั้งปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงจากสังคมแบบล้าช้าไปสู่สังคมเมือง เนื่องจากถูกวัฒนธรรมจากตะวันตกเข้าครอบงำ ซึ่งเห็นได้จากอาหารการกินหรือแม้แต่การแต่งกายของ คนรุ่นใหม่ก็เปลี่ยนไป อีกทั้ง ปัญหาเมืองแห่งมลพิษ มลภาวะทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเห็นได้จากการ มีรถรามากมายวิ่งบนถนนเชียงใหม่ ดิกล้นใหญ่ผุดขึ้นเต็มเมืองบดบังทัศนียภาพของวัดวาอารามที่มีอยู่ ทั่วทุกหัวระแหง นอกจากนี้ยังมีปัญหาน้ำเสีย อากาศเสีย ปัญหาโรคเอดส์และโรคระบาด ที่ส่งผลเสียต่อสังคม และสภาวะแวดล้อม จนทำให้เกิดผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง ซึ่งทำให้ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ พ.ศ. 2550 - 2552 โดยมียุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการรักษาอัตลักษณ์ (identity) ของจังหวัดเชียงใหม่โดยได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้านด้วยกันคือ 1) ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ด้านการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและดูงาน 4) ด้านการท่องเที่ยวเชิง เกษตร 5) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 6) ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้เพื่อนำมาสนับสนุนและปรับปรุง การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.

ผู้จัดการออนไลน์. (2551). **ไทยยังเจ๋ง!! กทม.-เชียงใหม่-ภูเก็ต ติดอันดับเมืองน่าเที่ยวของเอเชีย**.

ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552, จาก http://www.citisevice.net/forum/index.php?topic=22222.0;prev_next=next
 วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนาง. (2547). **ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. เชียงใหม่: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรินทร์ สุริยวงศ์. (2549). **เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่องความพร้อมของเชียงใหม่ต่อการเป็น HUB ของการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ณ กรีนเลครีสอร์ต จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 28 กันยายน 2549**. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2552). **ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่**. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552,

จาก http://chiangmai.nso.go.th/nso/project/search_option/search_result.jsp

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา. (2552). **สถิตินักท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552,

จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php?cid=27>

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงใหม่. (2552). **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**
 ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2551, จาก <http://61.19.197.205/Document%20Library>