

บทที่ 1

บทนำ

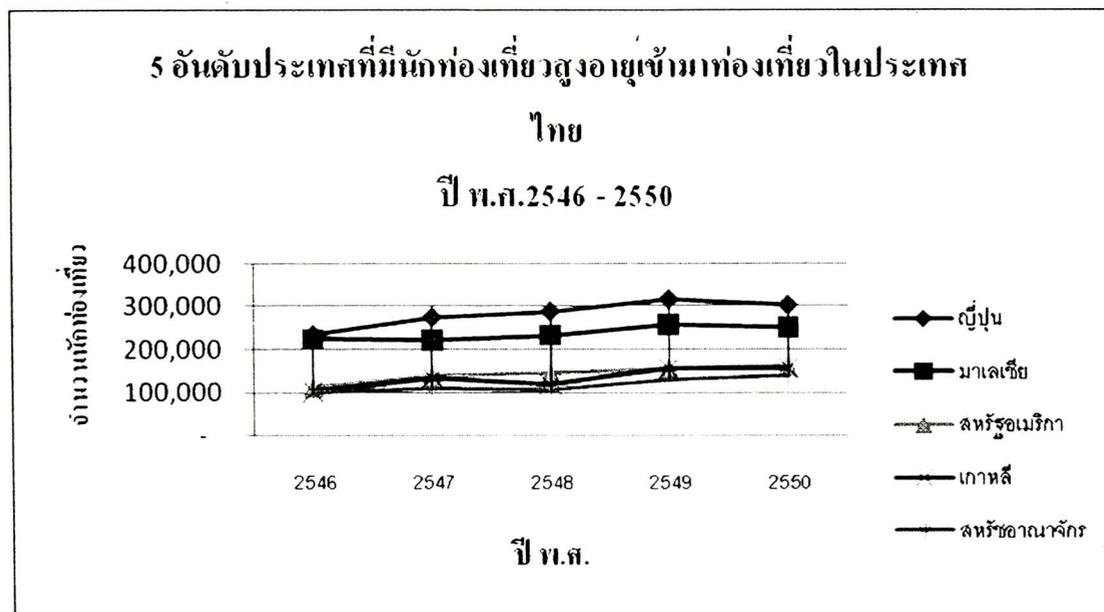
1.1 หลักการ และเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมากเป็นแหล่งรายได้หลักนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค แต่ในภาวะวิกฤตการณ์เศรษฐกิจที่หลายประเทศทั่วโลกเผชิญอยู่ ทำให้รายได้ของประเทศต่างๆ หดตัวลง และต่างมุ่งหวังที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักในการกอบกู้เศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวสูงยิ่งขึ้น

ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างหนักทำให้ขีดความสามารถในการบริโภคของประชาชนลดลง ประชาชนจึงต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภค โดยเน้นการออม และการใช้จ่ายอย่างประหยัด ในด้านการท่องเที่ยวก็เช่นกัน นักท่องเที่ยวที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยเปลี่ยนจากการทัศนจรแบบที่มีกิจกรรมเข้มข้นหลากหลาย ไปเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และซึมซับบรรยากาศ (Chill & Immerse) โดยให้ความสนใจในสาระความรู้ และวัฒนธรรม ซึมซาบวิถีชีวิตที่แตกต่าง การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เรียกว่า การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ (Slow Tourism) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม และแพร่หลายในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism แต่ก็ยังไม่ได้มีการศึกษาด้านการตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism อย่างจริงจัง ขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกที่ทำให้ประเทศส่วนใหญ่ในโลกก้าวสู่การเป็นสังคมของผู้สูงอายุ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเริ่มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม 2,259,161 คน โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ชาวญี่ปุ่น 302,688 คน ชาวมาเลเซีย 250,869 คน ชาวอเมริกัน 160,942 คน ชาวเกาหลี 156,229 คน และชาวอังกฤษ 139,371 คน (รูปที่ 2-1.1) โดยมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนโดยรวม 133,624 คน และมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

จำนวน 369,525 คน ซึ่งเมื่อรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน มีจำนวนรวมมากถึง 503,149 คน¹



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.

รูปที่ 2-1.1: 5 อันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถปรับตัวได้ทันกับสถานการณ์ทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงของประชากรกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องศึกษาสถานการณ์การตลาดท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism เพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้ศึกษา และสำรวจตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบน สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และประเมินศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจะเป็นการสร้างธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

¹ ที่มา: ปรับปรุงจากสถิตินักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2541 - 2550, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 1.2.2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 มีข้อมูลศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 1.3.2 มีแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 1.3.3 สามารถนำผลการศึกษาไปสู่การพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ