

ในการศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์คือเพื่อศึกษานโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมผลข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

นโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาลพบว่า หน่วยงานราชการมีส่วนในการนำนโยบายดังกล่าวไปดำเนินการตามแผนแต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ ทราบจากสื่อมากกว่า เจ้าหน้าที่จะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับภาครัฐ เอกชนและห้องคิด โดยที่กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ ส่วนใหญ่ก็จะให้ความร่วมมือ สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ หน่วยงานราชการมีปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัดส่งผลให้เกิดความถ่วงต่ำและขาดประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมและการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

ผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น มีการสร้างมาตรฐานการบริการ รวมทั้งระบบข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่ทันสมัยและครบวงจร ซึ่งแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ที่มีการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้ง ประสานธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร และการประสานงานการพัฒนาจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ปัญหาและอุปสรรคคือ ปัญหาความปลอดภัย ข่าวสารกับความมั่นคงภายในประเทศ กิจกรรมชาติ ภาระการแบ่งขันของผู้ประกอบการ ปัญหาบุคลากร ปัญหาด้านการเมือง ปัญหาด้านการคุณภาพ ปัญหาด้านงบประมาณ ปัญหานโยบายที่ยังไม่ชัดเจน ปัญหาการประชาสัมพันธ์ ปัญหาการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประสานงานอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ คือ นโยบายของรัฐควรมีความต่อเนื่องพร้อมงบประมาณสนับสนุนและสร้างอุทศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเน้นเรื่องวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โดยดึงภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐมาร่วม สำหรับการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรจะให้การสนับสนุนให้คือที่สุดในระยะยาว และควรจัดอบรมพัฒนาผู้ให้บริการต่างๆ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการประชาสัมพันธ์ และควรส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การส่งเสริมนโยบายให้พัฒนาบุคลากรและการคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ และควรส่งเสริมการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับรู้โดยทั่วถ้วน

The research titled “Impact of Making Chiang Mai as a Regional Hub of Tourism Industry” is aimed to study about the policy to centralize Chiang Mai as the regional hub for tourism following policy from central government and to study about impact of this policy towards tourism business in Chiang Mai. The researcher has collected data by using open-ended questionnaires, 50 sets, with samples who are the owners of tourism businesses in Chiang Mai. The result of study was summarized as follows:

Following the centralizing Chiang Mai as the regional hub for tourism policy, central government shows that the agencies have been following the policy as it planned but less direct publicity. The entrepreneurs were informed about the policy from mass media rather than the agencies. For the cooperation with policy, officials are more involved in organizing activities to promote and support this policy by coordinating with related organizations, agencies, private, and local organizations, while most of the entrepreneurs have been given their good cooperation towards the policy. However, the obstacles found were agencies have limited budget which is the cause of delay and ineffectiveness of activities. The most important one is inadequate of good publicity.

As for the impact from centralizing Chiang Mai as the regional hub for tourism policy towards tourism business in Chiang Mai, the study result showed that current pattern and direction of tourism business in Chiang Mai have developed more eco-tourist attractions as well as standard of services, including advance and complete database about news and publicities. Direction towards development of tourist business pattern required readjustment of budget to the agencies, emphasis

of marketing and proper management on tourist resources to eco-tourism and tourist attraction, including cooperation of already completed and networked businesses and the most important requirement is to develop coordination with both public and private sectors, obstacle and problem found were the safety, news related to domestic stability, natural disaster, competitiveness among entrepreneurs, staff, politics, transportation, and budget problems. Moreover, there were problems about the clearness of policy and insufficient support from the central government, which was resulted in the inadequate of publicity though this was already well operated. However, there are also serious problems on the support of the tourism and coordination.

Suggestions towards this policy should be continual policies from central government together with supported budget and developed tourism strategy on local cultural and traditional aspect by linking private and public sectors. The long – term of best support is required for each tourist attraction. There should be training provided to improve skills of service providers, supporting more publicity and promoting more eco-tourism and small entrepreneurs. Promoting ecotourism, policy towards effectiveness of staff and transportation, emphasis on publicity and information.