

บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคตามนโยบายของรัฐบาล และผลกระทบของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมผลข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด สุ่มสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 ชุด มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.3 ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

5.4 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยวต่อนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.5 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 50 ชุด ที่ผู้ทำการศึกษาได้เก็บรวบรวม ซึ่งสามารถจำแนกข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานประกอบการ รูปแบบธุรกิจและรายได้เฉลี่ย เป็นลำดับดังนี้

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	30	60.0
หญิง	20	40.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน มีเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เป็นหญิง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 5.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	10	20.0
31 – 40 ปี	20	40.0
41 – 50 ปี	15	30.0
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	5	10.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	5	10.0
ปริญญาตรี	30	60.0
สูงกว่าปริญญาตรี	15	30.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 รูปแบบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5	10.0
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15	30.0
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10	20.0
ธุรกิจสปา	5	10.0
ธุรกิจสายการบิน	5	10.0
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10	20.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.4 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกและธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ธุรกิจสปาและธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	15	30.0
100,001-500,000 บาท	20	40.0
500,001-1,000,000 บาท	10	20.0
มากกว่า 1,000,000 บาท	5	10.0
รวม	50	100

จากตารางที่ 5.5 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รายได้เฉลี่ย 500,001-1,000,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรายได้มากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปเป็นตารางดังนี้ คือ

ตารางที่ 5.6 การรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	ความคิดเห็น		รวม
	ทราบ	ไม่ทราบ	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	5 (10.0)	10 (20.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)

ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)	-	10 (20.0)
รวม	40 (80.0)	10 (20.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.6 การรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปความคิดเห็นดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเป็นอย่างดีเพราะทุกนโยบายที่ส่วนกลางกำหนดมาต้องนำมาปรับสู่การทำแผนที่สอดคล้องกับปฏิบัติได้จริงและสัมฤทธิ์ผล เพราะหน่วยงานเป็นศูนย์กลางหลายด้าน เช่น ด้านการค้าและการลงทุน ด้านการแพทย์ สถานที่ท่องเที่ยว ขยายท่าอากาศยาน และมีความปลอดภัย บริการเป็นเลิศ ซึ่งนโยบายดังกล่าวมีการประชุมชี้แจงนโยบายและสั่งการเป็นหนังสือทางราชการ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ อสมท.

2. ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จะไม่ทราบนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ที่ทราบนโยบายดังกล่าวจากสื่อต่าง ๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่และจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐจาก วิทยุ และรายการโทรทัศน์ ช่อง 11 จ.เชียงใหม่ รวมถึงเคยไปสัมมนาเรื่อง เชียงใหม่ Hub กับทางจังหวัดเชียงใหม่

3. ส่วนใหญ่ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จะรับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์จากสื่อ ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ยังไม่ทราบนโยบายโดยรวม ซึ่งคิดว่าทางรัฐบาลสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อเป็นที่ยอมรับของชาวไทยและชาวต่างประเทศและทำให้มีรายได้เข้าประเทศมากขึ้น

4. ส่วนใหญ่ธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบายจากจัดแถลงข่าว และมีการเชิญเจ้าของธุรกิจสปาที่ได้รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขเข้าร่วมรับฟัง ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

5. ส่วนใหญ่ธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จะรับทราบนโยบายจากข่าวหนังสือพิมพ์และสื่อทางวิทยุรวมทั้งการเข้าร่วมประชุมของท่าอากาศยานเชียงใหม่

6. ส่วนใหญ่ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่าเป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จะรับทราบนโยบายจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ

ตารางที่ 5.7 การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

กลุ่มตัวอย่าง	การมีส่วนร่วม		รวม
	ร่วม	ไม่ร่วม	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านค้า ผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่ พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)	-	10 (20.0)
รวม	50 (100.0)	-	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.7 การมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐในการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค สามารถสรุปความคิดเห็นดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมโดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น มีการจัดอบรมบุคลากรเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและรับทราบถึงแผนงานส่วนต่าง ๆ

มีการสนับสนุนให้บริการด้วยไมตรีจิตที่ดี ผลผลิตสินค้าขายที่มีคุณภาพราคาเป็นธรรม ให้ความสำคัญปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปรับปรุงกิจการของตนเองอยู่เสมอ รวมทั้งมีการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เสมอ เช่น การรักษาสภาพแวดล้อม ความสะอาด สาธารณูปโภค งานกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก ๆ ของเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวโดยสนับสนุนงบประมาณพัฒนาด้วย

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าได้มีส่วนร่วมในการสนองต่อนโยบายรัฐในการคืนภาษีให้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งบริเวณที่ตั้งของกิจการอยู่ด้านคอยสุเทพและทางไปมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงอ่างเกษตรและร้านอาหารหลายร้าน จึงเป็นทางผ่านของนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ จึงมีส่วนร่วมในการขายสินค้าให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าได้มีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความมีไมตรี มีการช่วยเผยแพร่ หัตถกรรมไทย ซึ่งเป็นงานฝีมือให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ แนะนำลูกค้าให้มาเที่ยวและซื้อสินค้า ได้มีส่วนร่วมสนับสนุนให้มีการจัดโปรโมชั่นในห้างต่าง ๆ จัดบูธ ต่าง ๆ ตามงานที่ทางรัฐบาลจัด รวมทั้งเวลานักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวหรือซื้อของก็ทักทายและขายของให้กับเขาในอัตราที่พอดีกับที่เราทราบว่าคุณค่าและกำไรไม่ขายของจนแพงเกินไป

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือในการควบคุมสปาให้มีมาตรฐานทั้งด้านการบริการในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสม รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกับทางภาครัฐและเอกชนด้านข้อมูลและโปรโมชั่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลทุกอย่างกับภาครัฐ

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า มีส่วนร่วมในลักษณะการประกอบกิจการมีส่วนส่งเสริมทางตรงอยู่แล้ว มีการให้บริการผู้โดยสารเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดตามนโยบายของบริษัท รวมทั้งการจัดเที่ยวบินให้มากสอดคล้องกับผู้ที่ต้องการโดยสารมาเชียงใหม่

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่ามีส่วนร่วมโดยธุรกิจที่ทำอยู่เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวย่อมมีส่วนส่งเสริมภาครัฐ เมื่อภาครัฐมีการส่งเสริมมากขึ้น ซึ่งก็ต้องเพิ่มปริมาณของรถให้มากขึ้นเพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเผยแพร่ให้อาหารไทยเป็นที่นิยม

ตารางที่ 5.8 การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	การเป็นสมาชิก		รวม
	เป็น	ไม่เป็น	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	-	15 (30.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	5 (10.0)	45 (90.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.8 การเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าเป็นหน่วยงานยังไม่พร้อมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรหรือชมรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและความเป็นหน่วยงานเป็นองค์กรราชการมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก
2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะเป็นธุรกิจขายปลีก และไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกและการสมัครต่าง ๆ
3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะ ไม่ได้รับการติดต่อและไม่มีข่าวหรือข้อมูลขององค์กรใด ๆ

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า เป็นสมาชิก เพราะต้องการสร้างความเข้มแข็งให้งานด้านการบริการและต้องการความเป็นมาตรฐานให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จัก

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะยังไม่ได้รับการเชิญชวนให้เป็นสมาชิกและถือว่าเป็นองค์กรที่ต้องวางตัวเป็นกลาง

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่ายังไม่ได้เป็นสมาชิก เพราะไม่ได้มีการประสานจากชมรมท่องเที่ยวและไม่มีเวลาพอ

ตารางที่ 5.9 บทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

กลุ่มตัวอย่าง	บทบาทและการได้รับประโยชน์		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	-	15 (30.0)	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	-	5 (10.0)	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	5 (10.0)	45 (90.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าในส่วนหน่วยงานของรัฐมีบทบาทการประสานงานกับกลุ่มสมาชิกให้สอดคล้องกับแผนและนโยบาย มีการให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และติดตามผลตลอดจนการให้คำแนะนำเพื่อทิศทางสู่ความเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค รวมทั้งการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจจากการให้บริการมากที่สุด ทำให้จังหวัดมีรายได้และกระจายรายได้ไปตามส่วนต่าง ๆ

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ไม่ได้เป็นสมาชิกจึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิก จึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าจากการเป็นสมาชิกของสมาคมไทยลำนานาสปาภาคเหนือ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคม ประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกคือได้ช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาปัญหาให้กับเพื่อนร่วมวงการการท่องเที่ยวที่มีกำลังใจในการทำงาน และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้รับการช่วยเหลือจากเพื่อร่วมธุรกิจ

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าไม่ได้เป็นสมาชิกจึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก จึงไม่ได้ระบุเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกในองค์กรและการได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก

ตารางที่ 5.10 ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบาย

กลุ่มตัวอย่าง	ความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรม		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	-	10 (20.0)	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	-	10 (20.0)	10 (20.0)
รวม	15 (30.0)	35 (70.0)	50 (100.0)

จากตารางที่ 5.10 ในด้านความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่า เป็นหน้าที่โดยตรงที่ต้องปฏิบัติและติดตามผลตลอดจนการนำเสนอรายงาน ความคืบหน้าทั้งของส่วนหน่วยงานเองและขององค์กร-ชมรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด การได้เข้าร่วมเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้ช่วยจังหวัดดึงดูดผู้มาเยือนให้มากที่สุด เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ การได้เข้าร่วมโดยอ้อมเป็นเพียงผู้สนับสนุนงบประมาณและกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ของรัฐ และมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์และภาพรวมแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

2. ส่วนใหญ่ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ระบุว่าเป็นการให้ส่วนลดกับนักท่องเที่ยวตามที่การท่องเที่ยวจัดรายการมา ควรมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การได้เข้าร่วมเป็นบางครั้งและมีความเห็นว่าควรจะดำเนินนโยบาย Hub หรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวและควรให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมและรับทราบมากกว่านี้

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่าไม่ได้เข้าร่วม กิจกรรม

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งของ ททท.ภาคเหนือ โดยให้ความร่วมมือด้วยดีมาตลอดทั้งด้านข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ รวมไปถึงโปรโมชั่นทาง ททท. ต้องการเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเชียงใหม่มากขึ้น

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่าได้เข้าร่วม เพราะได้รับประโยชน์จากข้อมูลต่าง ๆ และนำมาปรับให้สอดคล้องกับงาน

6. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่า ไม่ได้เข้าร่วม แต่ก็มี ความสนใจกับกิจกรรมและนโยบายที่ภาครัฐมี

ตารางที่ 5.11 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง	ปัญหาและอุปสรรค		รวม
	มี	ไม่มี	
เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร	15 (30.0)	-	15 (30.0)
ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	10 (20.0)	-	10 (20.0)
ธุรกิจสปา	5 (10.0)	-	5 (10.0)
ธุรกิจสายการบิน	5 (10.0)	-	5 (10.0)

ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น	10 (20.0)		10 (20.0)
รวม	50 (100.0)		50 (100.0)

จากตารางที่ 5.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ากิจกรรมต่าง ๆ มักได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากองค์กร-ชมรมด้านการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการส่งเสริมบางด้านก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่จากปัญหาด้านงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าหรือประสิทธิภาพของกิจกรรมสนับสนุนบ้าง การได้เข้าร่วมสัมมนาในการสนองตอบนโยบายของรัฐ และนำเสนอปัญหา การดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวหลักในเขต อบต. และยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม มีการฉ้อโกง บางครั้งไม่ทั่วถึงและใช้เวลาระยะสั้นเกินไปไม่ต่อเนื่อง และมีบางหน่วยงานระบุว่าไม่ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมโดยตรง เนื่องจากมีหน่วยงานของรัฐหลักที่จะดำเนินกิจกรรมอยู่ก่อนแล้ว เพียงแต่สนับสนุนกิจกรรมทางอ้อม

2. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระบุว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุม หากมีการผลักดันการท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะกระตุ้นยอดขายของกิจการได้ดีทีเดียว

3. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมทั่วถึงการประสานงานยังขาดมาก และควรมีการปรับปรุงถนนหนทางให้ดีขึ้นและข้างทางควรมีไฟด้วย

4. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสปา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระบุว่ามีการประสานงานที่ไม่เข้มแข็งและต่อเนื่องทำให้กิจกรรมบางกิจกรรมจะต้องเสียไปอย่างน่าเสียดาย

5. ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ไม่ได้ระบุความคิดเห็นในเรื่องนี้

6. ส่วนใหญ่ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่ได้ระบุความคิดเห็นในเรื่องนี้

5.3 ผลกระทบของการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและแนวโน้มในอนาคต

1. รูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจในปัจจุบัน

1.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า จากผลประกอบการของกลุ่มโรงแรมจะค่อนข้างลดลงบ้าง มีการตอบรับต่อกิจกรรมของภาครัฐด้านการท่องเที่ยวดีพอใช้ สถานประกอบการต่างๆ ควบคุมและลดขนาดการให้บริการลงบ้าง แนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวจะเป็นห้วงระยะเวลาเพิ่มขึ้น สำหรับการท่องเที่ยว ยังเป็นลักษณะของการพาชมโบราณสถาน สถานที่สำคัญ เช่นเดิมทำให้ไม่มีสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ ควรจะปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เหมาะสมโดยเน้นไปในทางต่าง ๆ เช่น เชิงอนุรักษ์ เชิงการเกษตร เชิงสุขภาพ เป็นต้น และมีการแข่งขันสูงโดยเฉพาะ การท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดต่างๆ พยายามมีจุดดึงดูดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เสมอๆ

1.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าสินค้ามีราคาสูงขึ้น ต้นทุนมากขึ้นทำให้สินค้าหรือรายจ่ายต้องเพิ่มราคา ถ้าจะเข้าร่วมกับการท่องเที่ยว สำหรับงานที่ทำอยู่ จะต้องปรับปรุงและทำให้ครบวงจร คือ ทำผม-สปา-นวดต่าง ๆ แต่ควรประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ มีการแข่งขันสูงและมีรูปแบบการบริการและทางเลือกใหม่แก่ลูกค้ามากขึ้น

1.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเดินทางมาน้อย ธุรกิจปัจจุบันอัตราการซื้อขายสินค้าลดลง แนวโน้มทางธุรกิจกำลังชะลอตัว และแนวโน้มเป็นไปในทางที่ค่อย ๆ คืบขึ้น บางที่เงียบเหงาและรูปแบบยังคงเดิมยังไม่เปลี่ยนแปลงแพะก็ถึง ธุรกิจปัจจุบันถือว่าช่วงนี้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยเยอะทำให้การผลิตสินค้าออกมาได้ขายค่อนข้างช้าไปหน่อย และความน่าจะไปได้ดีเพราะชาวต่างชาตินิยมมาซื้อของที่ประเทศไทย/ เชียงใหม่ และคุณภาพสินค้าทัดเทียมกับต่างประเทศและราคาถูก

1.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าแนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคตน่าจะเป็นที่เข้าถึงธรรมชาติมากขึ้น ควบคู่ไปกับมาตรฐานการต้อนรับ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการที่ถูกคิวดูหวังให้เป็นมากขึ้น แนวโน้มจะดีขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต เพราะประชาชนทั่วไปให้ความสนใจมากขึ้น และรูปแบบการทำธุรกิจ จะเน้นเรื่องประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน

1.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าในส่วนของการบริการสายการบิน การขยายตัวของ Low cost Airline เพิ่มมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินปกติลดลง รูปแบบใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากขึ้น ธุรกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่ม

มากขึ้น ปัจจุบันธุรกิจที่ได้ประกอบยังอยู่ในขั้นทรงตัว อันเนื่องมาจากยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ซึ่งให้ความสนใจกับธรรมชาติในรูปแบบของจังหวัดเชียงใหม่ ถึงแม้จะมีการพัฒนาในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเยอะมากก็ตามและมีการแข่งขันสูง

1.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการแข่งขันกันมากขึ้น รูปแบบของธุรกิจพัฒนาและขยายตัวสูงขึ้น ปัจจุบันธุรกิจเริ่มดีขึ้น ถูกค้ำมาที่เชียงใหม่มากขึ้น

2. สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า สภาพทางกายกรรมชาติมีผลต่อการท่องเที่ยวค่อนข้างมากสภาพทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทนเบี่ยงทิศทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ควรจะต้องเข้มงวดเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้มากขึ้น เศรษฐกิจที่ถดถอยมีผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเดิมไม่ได้รับการพัฒนา ขาดงบประมาณ สวนทางกับนโยบาย

2.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าเรื่องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและสถานะของดินฟ้าอากาศและปัจจัยทางเศรษฐกิจ

2.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่าต้นทุนในการลงทุนสูง มีการแข่งขันมาก และตัดราคาสินค้าและบริการกันเองระหว่างผู้ดำเนินกิจการ ปัญหาทางการเมือง เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย มีฝนตกทำให้นักท่องเที่ยวน้อยและปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการกระเด็นและโปรโมทข้อมูลต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการคิดค่าผ่านด่านแพงและเพิ่มเปอร์เซ็นต์ของไกด์

2.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือสภาพอากาศและปัญหาทางการเมืองของประเทศ มีผลให้จำนวนลูกค้าลดลงจากปีที่แล้วถึง 50 % และ ลูกค้าลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ

2.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า การลดราคา Low cost Airline ทำให้ลูกค้าลดจำนวนลง ความทันสมัย เทคโนโลยียังไม่สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดได้และข่าวการก่อการร้ายทั่วโลก มีผลทำให้การท่องเที่ยวลดลง

2.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ในสถานการณ์ที่ผ่านมามีวิกฤตการเมืองและสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อมีคนเพิ่มมากขึ้น

ก็มีคู่แข่งทางธุรกิจมากขึ้น การขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการปลูกฝังคนในท้องถิ่นช่วยกันดูแล ศิลปวัฒนธรรมของคน ถึงแม้ว่าเราจะคงสภาพการท่องเที่ยวในแบบธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่เกิดขึ้นกับธุรกิจนั้นก็ไม่น้อย อาทิเช่น ปัญหาทางด้านการคมนาคมขนส่ง ปัจจัยเรื่องน้ำมัน ปัญหาทางการเงินและสภาพแวดล้อม เช่น สภาพอากาศและการเมือง

3. แนวทางการพัฒนารูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยว

3.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า การพัฒนาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันมากพอสมควรและคาดว่าจะได้รับการปรับงบประมาณ สนับสนุนมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป เพื่อให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค เน้นการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม และการท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวจัดสร้างขึ้น เช่น สวนสัตว์กลางคืน และพืชสวนโลก จะมีการนำเอาภาคเอกชนมาส่งเสริมมากขึ้น เป็นธุรกิจที่มีเครือข่ายและครบวงจร เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

3.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า สร้างสิ่งทีประทับใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด ควรเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการพัฒนาแบบขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นแนวทางการบริการที่หลากหลายขึ้น

3.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า การพัฒนาต้องอิงวัฒนธรรมความเป็นอยู่และไม่ควรทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและการดำรงกิจกรรมประจำวันในการประกอบอาชีพดั้งเดิมโดยขยายเขตเมืองครอบคลุมวิถีชีวิตชาวบ้าน นำบ้านจัดสรรรุกเข้าไปทางชนบท ฯลฯ การพัฒนาการเมืองให้มั่นคง จัดสรรบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและสถานประกอบการเพื่อนำไปสู่แนวทางที่ดีขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะดีขึ้น โดยธุรกิจต่อไปข้างหน้าก็จะมีภาคติดต่อทางอินเตอร์เน็ต

3.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าธุรกิจสปาที่มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงธรรมชาตินั้นโดยที่จำเป็นต้องมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Product Massage และ Service และแนวทางที่จะต้องผสมผสานกันระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล

3.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าในส่วนงานขายมีการพัฒนาและปรับปรุงโปรโมชั่นต่างๆ ให้เป็นไปตามแนวโน้มผู้โดยสารและเศรษฐกิจในขณะนั้น ๆ ความสะดวกรวดเร็ว ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดแผนการเดินทางเอง และความหลากหลายและตอบสนองความต้องการได้ทุกประเภท

3.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการขยายรูปแบบมากขึ้น เน้นภาคการบริการ ธุรกิจท่องเที่ยว ต่างขยายตัวและรวมตัวกันมากขึ้น ในอนาคตข้างหน้า อาจจะมีบริการที่รวมกันเป็นแพคเกจ เช่น เช่ารถพร้อมที่พัก อยากให้ช่วยกันทำการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้และอาจมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่ยังมีจำนวนน้อยแล้ว การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการปรับปรุงแบบน่าจะเป็นในการปลอดภัย ความสะดวกสบาย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะคำนึงถึงจุดนี้เป็นอย่างมาก และ เน้นคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาครัฐบาลที่มีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

4.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการสนับสนุนด้านงบประมาณต่อกิจกรรมส่งเสริมการประสานการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การกระตุ้นผ่านสื่อระหว่างประเทศและภายในประเทศ ความเป็นธรรมในการให้บริการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด มีส่วนโดยตรงในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพ และช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและมีส่วนมากที่จะช่วยในการจัดทำโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวและแรงซื้อ

4.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่พบว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมากขึ้นจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาไม่ขาด แม้จะเป็นช่วงของเดือนที่ไม่มีวันหยุดก็ตาม ช่วยจัดอบรมต่าง ๆ เปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจ เป็นฝ่ายสนับสนุนกระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรมีฝ่ายกระตุ้นนักท่องเที่ยวจากต่างชาติให้เข้ามามากขึ้น และอีกส่วนควรสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่คนไทยด้วยกันโดยกำหนดราคาที่พัก และค่าโดยสารให้ลดลง

4.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการพัฒนาด้านการคมนาคม ที่อยู่อาศัยดีขึ้น เดินทางสะดวกสบาย และก็เป็นตัวช่วยเร่งให้สังคมชนบทหายไป ภาครัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมากเช่น การช่วยเหลือในการดูแล product รูปลักษณ์และหาตลาดให้ อยู่ในระดับปานกลาง มีมากแต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จมาก ภาครัฐมีส่วนร่วมคือช่วยให้ประชาชนอย่างเรามีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น และส่งเสริมด้านงบประมาณต้นทุน

4.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่ามีส่วนช่วยผลักดันธุรกิจสปาให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปมากขึ้น และรวมไปถึงมีการโปรโมทให้ข้าราชการได้รับการนวดบำบัดโดยเบิกค่าใช้จ่ายกับภาครัฐได้อีกด้วย ภาครัฐมีส่วนร่วมในการทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต และทำให้ทั่วโลกได้รู้จักสปาของไทยมากขึ้น

4.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า รัฐช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดงานโครงการหรือนิทรรศการต่าง ๆ ให้สนใจเดินทางมากขึ้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคิดว่าเชียงใหม่เราจะพัฒนาไปทางไหน วัฒนธรรมหรืออุตสาหกรรม มีส่วนคือ ภาครัฐประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมสถานที่และการท่องเที่ยว

4.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ควรสนับสนุนทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ภาครัฐมีส่วนร่วมมาก เช่น แนะนำแหล่งท่องเที่ยว จัดงานกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภาครัฐมุ่งให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างมีฐานะดี โดยมองข้ามนักท่องเที่ยวระดับธรรมดาโดยๆ ไม่ได้คำนึงว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระดับธรรมดาจะมีจำนวนมากกว่าและมีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า ภาครัฐได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว ทั้งนี้ในส่วนที่อยากให้พัฒนา น่าจะเป็นทางด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบธุรกิจ ได้จัดการให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนทั้งนี้เพื่อการเจริญเติบโตในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในขั้นต่อไป

5. ในการพัฒนาธุรกิจเกิดจากแนวโน้มของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยจากการส่งเสริมโดยภาครัฐ

5.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาครัฐได้ทุ่มเทต่อการท่องเที่ยวภาคเหนือทุกรูปแบบ ส่วนการตลาดย่อมต้องพึ่งพาทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกัน ภาครัฐมีส่วนมากในการพัฒนาธุรกิจเป็นผู้บุกเบิกหรือให้คำแนะนำเพื่อเอกชนจะดำเนินการพัฒนาธุรกิจของตนเองและปัจจัยส่งเสริมโดยภาครัฐมากกว่า เนื่องจากเป็นหน่วยงานราชการ

5.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญและส่งเสริมโดยภาครัฐควรมีบทบาทผสมผสานกันไป

5.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยด้านการตลาดมากกว่า เพราะภาครัฐจะช่วยในสิ่งที่ป็นองค์หลักใหญ่ ๆ

5.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยทางการตลาด

5.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า เป็นปัจจัยทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันสูงทำให้ระบบตลาดโต แต่ควรมีทั้งสองปัจจัยเท่า ๆ กันเพราะต้องส่งเสริมไปพร้อม ๆ กัน

5.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาด เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ นักท่องเที่ยวต้องสัมผัสและรับรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเหตุนี้จึงต้องส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง

6. ปัจจัยด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมจากภาครัฐมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ

6.1 ปัจจัยด้านการตลาด เช่น (การแข่งขัน, รูปแบบ, ลูกค้า)

1. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่พบว่า อาจให้เอกชนเข้าร่วมพัฒนา การตลาด จัดแคมเปญน่าสนใจ ไม่ค่อยมีผลกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของ อปท. นอกจากภาคเอกชนจัดรูปแบบและกิจกรรมส่งเสริมการขาย การตลาดเอง การแข่งขันเป็นการดีเพื่อลูกค้าจะมีโอกาสในการเลือกใช้บริการและเกิดความพึงพอใจ และทำให้เราต้องพัฒนาองค์กรของตนเองให้เด่นหน้ากว่าคู่แข่งตลอดเวลา

2. ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ควรจัดให้มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาในเชียงใหม่ รูปแบบการตลาดควรแปลกแหวกแนวจากคู่แข่ง และผลักดันการแข่งขันที่สูงขึ้น

3. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยทางด้านลูกค้า ปริมาณการซื้อของลูกค้าลดลง อาจจะเป็นเพราะภาวะทางเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมัน และราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้น การพัฒนารูปแบบสินค้า การแข่งขัน มีส่วนมาก ด้านการแข่งขันทางร้านเราถือคติที่ว่าทำให้ดีและราคาย่อมเยาก็พอ

4. ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีส่วนในการพัฒนาธุรกิจสปาทั้งในด้านของรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ด้านการบริการที่มีคุณภาพ และลูกค้าที่ต้องการคุณภาพจากการนอนจริง ๆ และมีส่วนในการพัฒนารูปแบบธุรกิจ เพราะปัจจุบันภาครัฐสนับสนุนให้สปาของไทยไปสู่สากล

5. ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ทำให้ธุรกิจต้องมีการคิดพัฒนารูปแบบการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ไม่อย่างนั้นก็ รูปแบบบางรูปแบบต้องได้รับการส่งเสริมจากรัฐ เช่น ไนท์ซาฟารี ธุรกิจพัฒนาในทางที่ดี มีผลกำไรมากขึ้นและนำไปลงทุนในส่วนขยายอื่นๆ ต่อไป

6. ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า การแข่งขันสูงมีการขยายตัวของรูปแบบธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจต้องพัฒนาไปด้วย เช่น รูปแบบที่ดีขึ้น คุณภาพสินค้าดีขึ้น มาตรฐานของสินค้าต้องดีขึ้น ราคาของคู่แข่งและการขยายสาขาและปรับปรุงของคู่แข่ง การพัฒนาธุรกิจตนเองให้มีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือมากกว่าคู่แข่ง ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการโดยที่ไม่ต้องถูกบังคับ ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจในการเลือกใช้บริการในสินค้าของเรา เมื่อภาครัฐมีการส่งเสริมก็จะนำนักท่องเที่ยวมากขึ้น ธุรกิจก็จะตามไปด้วย และรัฐบาลได้มีการจัดสรรหาแบบแผนการพัฒนาธุรกิจ

ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจมีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้รับความพัฒนาไปด้วย

6.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมจากภาครัฐ

1. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจกรรม การส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นโยบายของรัฐบาล ที่มีการส่งเสริมทำให้การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา งบประมาณเฉพาะกิจที่มีในหน่วยงานต่าง ๆ นำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตามประเพณีทางวัฒนธรรมและเทศกาลต่าง ๆ และการให้รัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม พร้อมพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

2. ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่ามีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวทางการส่งเสริมจากภาครัฐไม่ชัดเจนเท่าไรนักหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรัฐส่งเสริมธุรกิจแก่ภาคเอกชนน้อยมาก

3. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ได้รับผลประโยชน์เลย ส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยว ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมีน้อยมาก ภาครัฐควรส่งเสริมให้ธุรกิจนี้ในด้านการพัฒนา และทำให้รู้แหล่งการผลิตและจำหน่ายมากขึ้น

4. ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า รัฐช่วยผลักดันให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและรัฐช่วยผลักดันให้รู้จักไปทั่วโลก

5. ธุรกิจสายการบิน พบว่า เป็นตัวแปรเสริมที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางมากขึ้น สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เช่น บ้านแม่คำปอง หรืออื่น ๆ และควรจะมีมากกว่านี้และ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ไม่ระบุนึกคิดเห็นในเรื่องนี้

5.4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็น

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. ปัญหาและอุปสรรคที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาความปลอดภัย การแพร่ข่าวสารความมั่นคงภายในประเทศ สถานการณ์จากภัยธรรมชาติส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลง ผู้ประกอบการเห็นแก่ตัว ไม่มีความรับผิดชอบ การให้บริการไม่ยุติธรรม ผู้ให้บริการไม่สุภาพ สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม

มีปัญหาทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวลดลงธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวและ นโยบายของรัฐ มักจะใช้ในทางปฏิบัติไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ไม่ประสบผลสำเร็จ ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ได้ดีขึ้น

1.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ ระบุว่า มีคู่แข่งมากมีการตัดราคากันเอง มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจคล้ายกัน และต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่ตึงเครียดขึ้น

1.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า ธุรกิจปัจจุบันเป็นธุรกิจที่มีมือใครยาวสาว ได้สาวเอาไม่ค่อยที่จะเกือหนุ่นและมีแต่การเอาหน้าของคนของกลุ่มผลประโยชน์แท้จริงและสูงสุด ไม่ค่อยมี ปัญหาบุคลากรเช่นการสื่อสารยังไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาด้านการเมือง และปัญหาด้านการคมนาคม ยังไม่ดีพอ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ค่อยจะซื้อของกลับ และการคิดค่าโดยสารแพงสำหรับชาวต่างชาติ

1.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาทางด้านนโยบายบางที่มีการคิดที่จะทำแต่ไม่มีการสานต่อ และ มีปัญหาเรื่องจำนวนลูกค้า สภาพปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาค่าน้ำมันและภาษีการบินที่เพิ่มมากขึ้นจาก สภาพเศรษฐกิจ และเกิดความแตกแยกระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า สภาพการเมือง และเศรษฐกิจ ภาครัฐไม่สนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และไม่มีการจัดรูปแบบในการพัฒนา จะเป็นลักษณะซ้ำ ๆ ปัญหาการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางมา ปัญหาน้ำท่วม ความปลอดภัยและธุรกิจส่วนใหญ่มีชาวต่างชาติเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้คนไทยขาดรายได้

2. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ

2.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และ สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า งบประมาณด้านการกระตุ้น การส่งเสริมที่ทำให้สายงานต่าง ๆ ขยับเคลื่อนไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น การให้ความสำคัญคุ้มครองไม่ทั่วถึง รัฐบาลมีนโยบาย สนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ไม่พัฒนาและไม่ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว ปัญหาขยะเชียงใหม่ ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว และภาพรวมและนโยบายยังไม่ชัดเจนและนโยบายบางอย่างไม่ สนับสนุนอย่างแท้จริง

2.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านทำผม ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ ระบุว่า การประชาสัมพันธ์น้อยเกินไปและ เจ้าหน้าที่และผู้ส่งเสริมไม่เพียงพอ

2.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า บุคลากรที่จะดำเนินงานและให้ข้อมูลมี น้อยมาก ภาครัฐได้ดำเนินงานดีในระดับหนึ่งแล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยว มีปัญหาด้านการประสานงาน สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอและเส้นสายในการเข้าไปขายบางคนไม่สามารถเข้าไปขายได้ ให้แต่ละคนรู้จักกันก่อน

2.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่า มีขั้นตอนในการทำงาน และดำเนินงานเยอะเกินไป ทำให้มีความยุ่งยาก

2.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่า ระบบการทำงานที่มีการดำเนินการล่าช้า เพราะต้องผ่านหลายหน่วยงาน การแข่งขันธุรกิจกันเองทำให้บางตลาดเสียไป ศูนย์กลางหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือประสานงาน เพื่อทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง ยังไม่ชัดเจน ใครจะรับผิดชอบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานล่าช้า กฎหมายหรือกฎระเบียบไม่สอดคล้องกับการท่องเที่ยว

2.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าภาครัฐไม่ค่อยมีส่วนสนับสนุน การให้ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง ตัวอย่างเช่น การขนส่งมวลชน ปริมาณของรถที่รัฐดำเนินการ ไม่เพียงพอต่อความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยว ภาครัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจส่วนใหญ่ ที่ได้เงินมากๆ เช่น สนใจตัวเลขจากโรงแรม/สปา โดยมองข้ามธุรกิจขนาดเล็ก แต่เป็นธุรกิจที่ทำกำไรดีและต่อเนื่อง เช่น ภาครัฐควรส่งเสริมอาหารไทยที่ทำภายในประเทศมากกว่า มุ่งส่งเสริมอาหารไทยมุ่งสู่ทั่วโลก เนื่องจากการส่งเสริมภายใน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาไทยเพิ่มขึ้นและระบบการทำงานของรัฐบาลล่าช้า มีงบประมาณน้อยและเศรษฐกิจ การเมือง ในเมืองไทยยังไม่คงที่ ส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า

3. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ

3.1 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของประเทศ โดยเฉพาะด้านความมั่นคงและปลอดภัย เป็นหลักสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและบริษัทตัวแทนในการทำให้เชียงใหม่เป็นแหล่งสำคัญ

3.2 ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ร้านอาหาร ร้าน 7 eleven และร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่า ปัญหาดินฟ้าอากาศ น้ำท่วม ฤดูฝนที่มีช่วงเวลานาน

3.3 ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ส่วนใหญ่ระบุว่า มีการพัฒนาด้านถนนหนทางโดยทำลายสิ่งแวดล้อมเดิม ไม่มีการวางผังเมืองให้เด่นชัดพัฒนาสเปะปะ และอย่างถนนคนเดิน มีการเช่าช่วงต่อที่แพงสำหรับคนที่มาขายสินค้า

3.4 ธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีความคิดเห็น

3.5 ธุรกิจสายการบิน ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีความคิดเห็น

3.6 ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และรถเช่า เป็นต้น ส่วนใหญ่ระบุว่าปัญหาด้านการเมือง น้ำมันแพงส่งผลให้วัตถุดิบอื่น ๆ ขึ้นราคาและคู่แข่งมีเพิ่มมากขึ้น

5.5 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

1. นโยบายรัฐที่ต่อเนื่องพร้อมงบประมาณเสริมที่พอเพียง ต่อการพัฒนาบุคลากร และสถานที่ท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและจังหวัดเชียงใหม่ควรสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวให้เน้นเรื่องวัฒนธรรมประเพณีและจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับท้องถิ่น โดยดึงภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐมาช่วยกัน

2. การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรจะทำให้การสนับสนุนให้ดีที่สุด และดีที่สุด การดูแลก็ควรดูแลในระยะยาว ไม่ใช่ดูแลในขณะโปรโมตเท่านั้น อีกทั้งต้องมีความหลากหลายทั้งด้านประเพณีให้คงเดิมกับความทันสมัยที่ดูเข้ากันลงตัว ควรจัดอบรมพัฒนาผู้ให้บริการต่าง ๆ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าสร้างสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ และควรเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ ภาครัฐควรส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น

3. การที่จะทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในปัจจุบันต้องพยายามอย่างมาก เพราะ ปัจจุบันจุดขายของเชียงใหม่ได้ถูกทำลาย และการคุกคามจากสังคมและวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นเราต้องส่งเสริมให้บ้านเราอนุรักษ์รักษาวรรณธรรมดั้งเดิม ธรรมชาติให้คงอยู่อย่างถาวรเสียก่อน ไม่ใช่จะทำการขายการท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงตกแต่งธรรมชาติให้สวยงามด้วยน้ำมือมนุษย์ไม่ยั่งยืน การส่งเสริมนโยบายให้พัฒนาบุคลากรและการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรส่งเสริมในด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับรู้กันโดยทั่วถึงให้มากกว่านี้ อยากให้รัฐได้แนะนำคนต่างชาติเข้ามาลงทุนในเชียงใหม่มาก ๆ และจัดทำให้เชียงใหม่เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวและเป็นที่พักใจของชาวต่างชาติด้วย และควรกำจัดระบบเส้นสายในการดำเนินงานก่อน

4. ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและรักษาคุณภาพ มาตรฐาน การทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและจะต้องมีการยกย่องสถาที่ที่ได้รับมาตรฐานและมีคุณภาพให้รู้จักกันโดยทั่ว

5. ควรมีหน่วยงานเจ้าภาพมีทั้งอำนาจสั่งการและงบประมาณแล้วค่อยแบ่งเป็น CUSTER กันทำงาน และรัฐควรส่งเสริมทางด้านการประชาสัมพันธ์เชียงใหม่ให้มากขึ้น

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ภาครัฐสนใจผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น โดยประชาชนต้องให้ความร่วมมือและรัฐต้องมีการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือศิลปวัฒนธรรมที่ดีงามของไทยมาเป็นจุดขาย เช่น คนตรีไทย รำไทย การละเล่นที่สูญหายไปกลับมาอีกครั้ง รวมทั้งสิ่งที่ควรคำนึงคือการคมนาคมที่สะดวกสบายปลอดภัยและค่าครองชีพของประชาชนในการประกอบอาชีพ (อัตราค่าจ้างต่ำ)