

ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม

ในจังหวัดเชียงใหม่



เนตรนภา ป่าละอรรณ

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

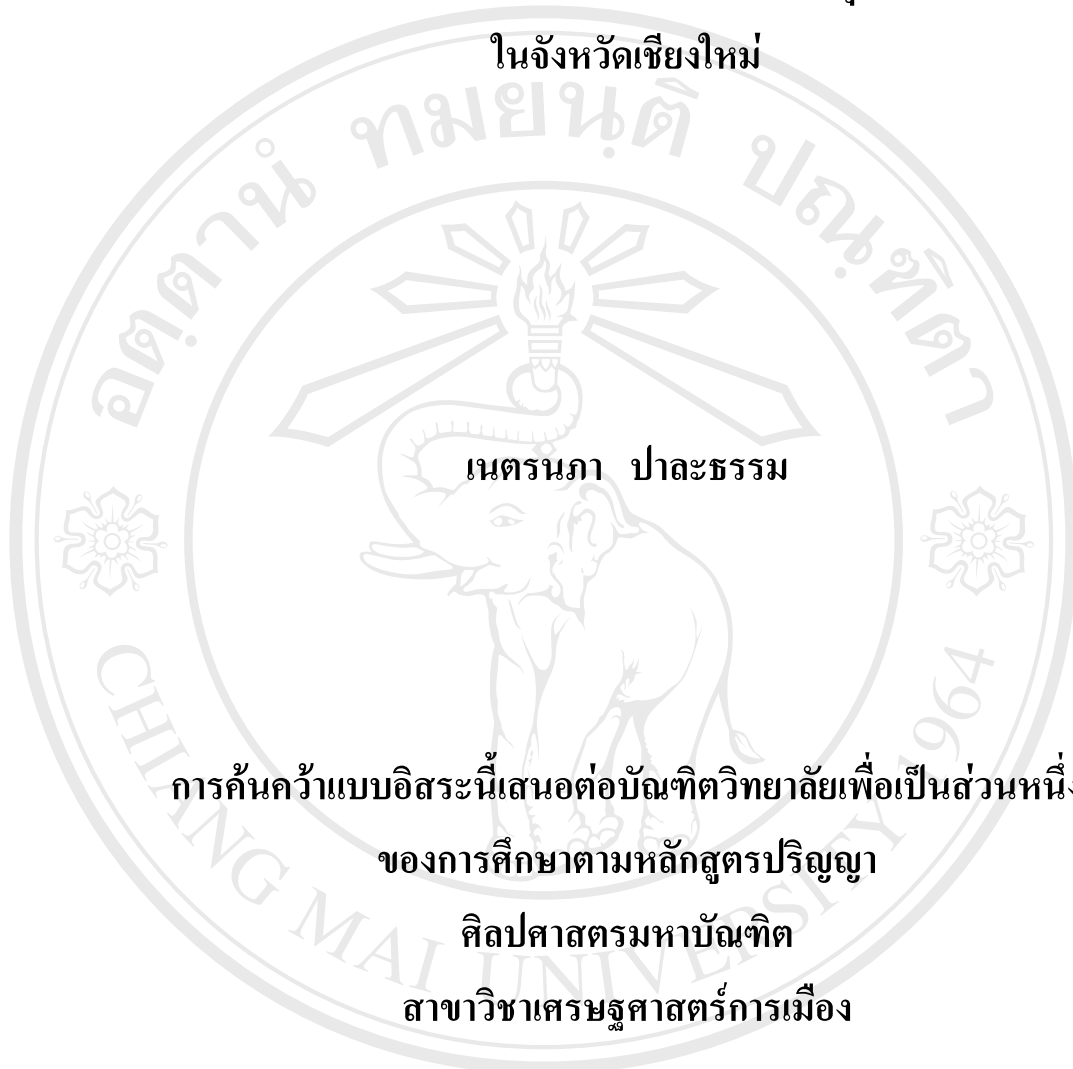
Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2548

ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม
ในจังหวัดเชียงใหม่



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2548



ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม
ในจังหวัดเชียงใหม่

เนตรนภา ป่าละออง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์

.....กรรมการ
รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เกี้ยวกิ่งแก้ว

.....กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา โชคฉาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

9 กันยายน 2548

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไม่ได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. โกสุภณ์ สายจันทร์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เกี่ยวกิ่งแก้วและผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระและรองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เกี่ยวกิ่งแก้ว ในการให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตรวจสอบและแก้ไขงานวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคณาจารย์ที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ให้ความรู้ในการศึกษาตลอดระยะเวลาที่เข้ามาศึกษา จนสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตภาคเหนือทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูล ความรู้ คำแนะนำที่สำคัญ และโรงแรมทุกโรงแรมที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และอำนวยความสะดวกทุกอย่างตลอดระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัว และสมาชิกเศรษฐศาสตร์การเมือง รุ่น 3 ทุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจ คำปรึกษา และมีรูปภาพที่ดีแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อ อุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่	
ผู้เขียน	นางสาวเนตรนภา ปาละธรรม	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)	
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์	ประธานกรรมการ
	รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เกี้ยวกิ่งแก้ว	กรรมการ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร	กรรมการ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์การศึกษาคือ 1) ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาถึงผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 60 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นโรงแรมประเภทเรซิเดนมากที่สุด มีจำนวนห้องพักขนาด 201- 300 ห้อง โดยมีราคามาตรฐานห้องพัก(ต่อคืน) คือ ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1500-2499 บาท นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว แบบประหยัด ขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุมีสัดส่วนน้อยที่สุด สัญชาติของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นคนไทย อังกฤษ และญี่ปุ่นตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยเข้าพัก 4 คืนต่อคน ในด้านรายได้เฉลี่ยรวมของโรงแรมต่อเดือน พบว่า อยู่ในช่วง 1,000,001-5,000,000 บาทมากที่สุด ส่วนใหญ่จะมีรายได้จากค่าห้องพัก ขณะที่รายจ่าย จะอยู่ที่ 1,000,001-5,000,000 บาท เช่นกัน โดยรายจ่ายหลักจะเป็นค่าจ้างพนักงาน

ด้านการดำเนินการก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ จากผลการศึกษาพบว่า นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลหรือกระตุ้นให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นราคาห้องพัก จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเท่าเดิม สาเหตุหลักผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า เกิดจากนโยบายของ

รัฐบาลยังไม่มีอย่างต่อเนื่องและชัดเจน ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะไม่มาท่องเที่ยวเมืองไทยในช่วงเวลาดังกล่าว ประกอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่นิยมท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดจนเศรษฐกิจชะลอตัวและเกิดภาวะน้ำมันขึ้นราคา และเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว แต่ในภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่นการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ เพราะจะช่วยให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Impacts of Tourism Promotion Policy on the Hotel Industry in Chiang Mai Province

Author Ms. Nednapa Palatham

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr. Kosum Saichan Chairperson

Associate Professor Somsak Keawkingkeo Member

Assistant Professor Kanchana Chokethaworn Member

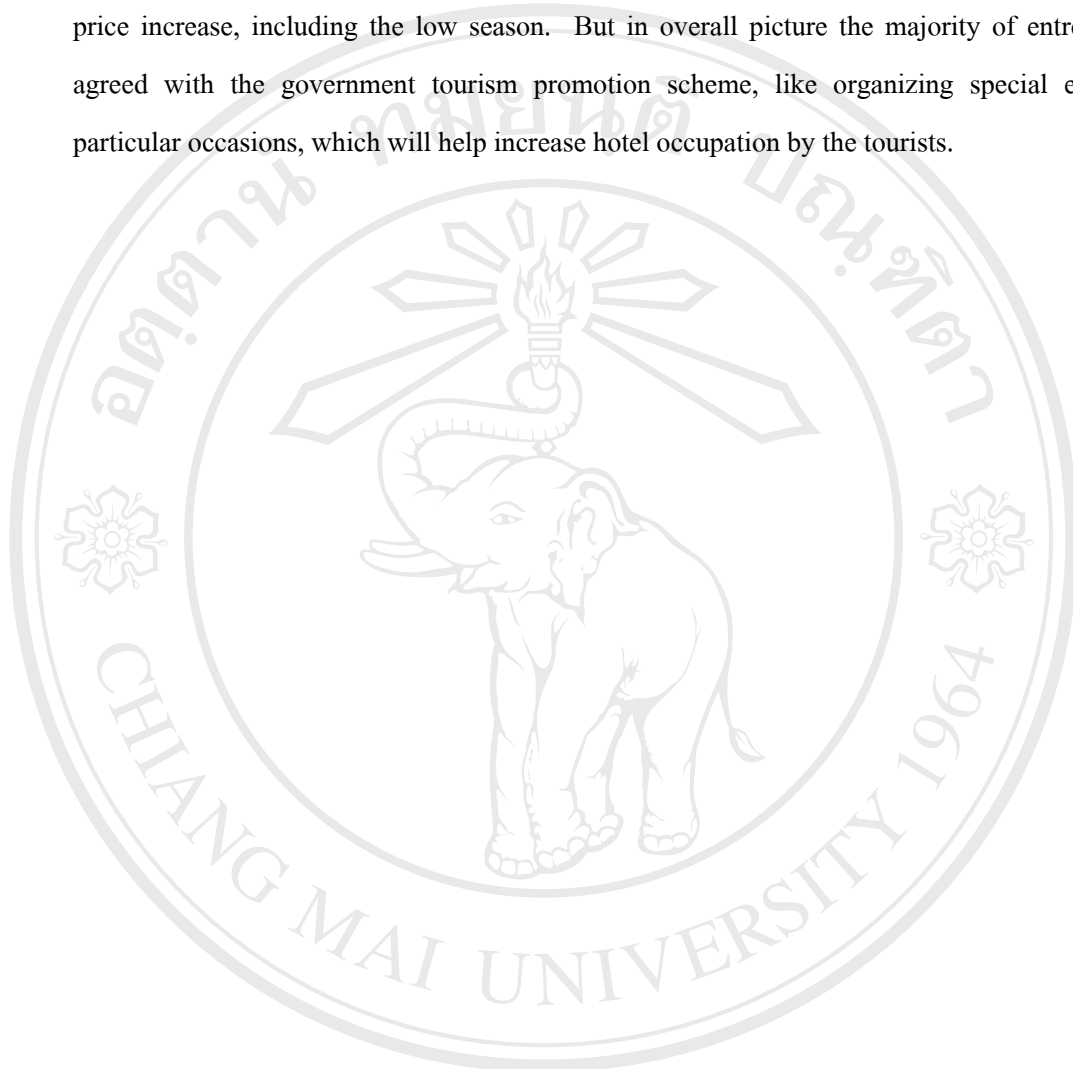
ABSTRACT

The study entitled, “Impacts of Tourism Promotion Policy on the Hotel Industry in Chiang Mai Province ”, is designed: 1) to study tourism economy in Chiang Mai Province, and 2) to study the impacts of tourism economy on the hotel industry in Chiang Mai Province. The researcher collected data for the study through questionnaires distributed to 60 hotel entrepreneurs.

Results of the study revealed that most of the hotels belong to residential category with a number of 201-300 rooms; the room rate (per night) ranges within 1,500-2,499 baht. The tourists who come for accommodation mostly look for a cheaper hotel; their least proportion falls on the elderly tourist; and their nationalities are the Thai, English and Japanese, respectively. Yet, an average of their stays is four days per person. As regards hotel average income per month, it is recorded generally at between 1,00,001-5,000,000 baht, of which the major income is derived from room fees while the expenses are calculated at between 1,00,001-5,000,000 baht, too. And the major expenditures are ascribed to employee wages.

As regards before or after announcement of tourism promotion policy by the government, it is found that the tourism promotion policy neither affected nor resulted in an increase of tourists, no matter whether it is room fee or number of tourists, both Thais and foreigners. Most of the entrepreneurs found it the same; according them, the major cause is due to the fact that the government lacks a continuous, clear-cut policy and endless public relations, including the violence in the three deep south provinces and the Tsunami. The above mentioned factors

deterred foreign tourists from visiting Thailand during such a period of time. Besides, the Thai tourists are not fond of traveling in their own country because of economic regression and petrol price increase, including the low season. But in overall picture the majority of entrepreneurs agreed with the government tourism promotion scheme, like organizing special events on particular occasions, which will help increase hotel occupation by the tourists.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ขอบเขตการศึกษา	7
1.4 นิยามศัพท์	7
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว	11
2.2 แนวคิดทฤษฎีสมการรายได้ประชาชาติ	12
2.3 แนวคิดทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว	13
2.4 แนวคิดด้านผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีการศึกษา	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมโรงแรม	26
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการก่อนและหลัง ที่จะมีนโยบายการท่องเที่ยว	34
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	54
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	58
5.3 ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่	63
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	73
ประวัติผู้เขียน	80

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สถิติแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ (5 อันดับแรก) ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เดือนมิถุนายน 2546 และ มิถุนายน 2547	5
1.2	สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ เดือนตุลาคม 2546 – มิถุนายน 2547	6
4.1	จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตาม ประเภทของกลุ่ม โรงแรม	26
4.2	จำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนห้องพัก	27
4.3	จำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน)	28
4.4	ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่	28
4.5	จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลการมาเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว	30
4.6	สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก โรงแรม 5 อันดับแรกในจังหวัด เชียงใหม่	30
4.7	จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน/คน	31
4.8	ประมาณการรายได้แต่ละประเภท(ต่อเดือน)จากการสอบถามผู้ประกอบการ	31
4.9	จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลประมาณการรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	32
4.10	ประมาณการรายจ่ายแต่ละประเภท(ต่อเดือน)จากการสอบถามผู้ประกอบการ	32
4.11	ประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย(ต่อเดือน)จากการสอบถามผู้ประกอบการ	33
4.12	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อ เปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	34
4.13	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่าง ชาติที่เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	35
4.14	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	36
4.16	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	36
4.17	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	37
4.18	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	38
4.19	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้รวมเฉลี่ย(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	38
4.20	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้จากแต่ละประเภท(ต่อเดือน)เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	38
4.21	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย (ต่อเดือน)เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	39
4.22	จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายจากแต่ละประเภท(ต่อเดือน)เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	40
4.23	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลการมาเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน	42
4.25	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	43
4.26	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน)	44
4.27	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้รวมเฉลี่ย(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	45
4.28	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	46
4.29	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักต่อเดือน ในช่วงฤดูท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบาย	47
4.30	เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภท ของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักต่อเดือนในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบาย	48

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญจึงได้กำหนดเป็นนโยบายไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และในปี 2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก โดยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 – 2549

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล
2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน
3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย
4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้ง พัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-TOURISM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย แห่งประเทศไทย

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

ทิศทางการดำเนินงาน

ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ “มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ” Best Quality

Tourists

วัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาพรวม

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย...

- เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/วัน

- เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มปกติ (เน้นกลุ่มคุณภาพและ First Visit)

- รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง

2. เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย

3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค

4. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจใน

ภาพรวม

ในช่วงต้นปี 2546 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจาก 2 เหตุการณ์หลักคือสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก และการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง(SARS) ในภูมิภาคเอเชีย โดยการแพร่ระบาดของโรคSARS เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับผลกระทบหนักที่สุดในเดือนพฤษภาคมและสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยก็เริ่มคลี่คลายตัวไปในทางที่ดีขึ้นนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคมเป็นต้นมา ซึ่งได้รับปัจจัยเสริมจากการที่ภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือกันส่งเสริมตลาดโดยใช้มาตรการด้านราคาเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผนวกกับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในประเทศที่รัฐบาลได้พยายามนำเสนอในการจัดประชุมเอเปคในเดือนตุลาคม รวมทั้งการเปิดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในช่วงปลายปี โดยสรุปใน

ภาพรวมปี 2546 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาไทยทั้งสิ้น 10,004,453 คน หรือมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 7.36 และรับรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่า 309,269 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.39 โดยมีวันพักในประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8.19 วัน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 3,774.50 บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับปี 2545 ที่ผ่านมา

อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญเป็นอันดับแรกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในปริมาณสูง โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่ไทยได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อุตสาหกรรมภาคสาขาต่างๆ มีการชะลอตัวลดลง ยกเว้นอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นรัฐบาลได้ใช้แนวทางการเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงเงินตราต่างประเทศได้รวดเร็วและได้โดยตรง นอกจากนี้อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้จากภาคเศรษฐกิจไปยังภาคสาขาการผลิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น สาขาการโรงแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ มีการเจริญเติบโตตามไปด้วย ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ในอัตราที่ค่อนข้างสูงของรายได้ที่ได้รับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงมีความสำคัญมากธุรกิจหนึ่ง ปัจจัยที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมนั้น ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม ระยะพำนักโรงแรมเฉลี่ย ค่าที่พักต่อคนของนักท่องเที่ยว รายได้จากค่าที่พักและอัตราการเข้าพักโรงแรม ธุรกิจโรงแรมจะสามารถดำเนินกิจการและมีการขยายตัวได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมียอดประกอบการรายได้มากกว่ารายจ่าย ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกำไรขึ้น ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อรายได้และรายจ่ายของโรงแรมจึงนับว่ามีความสำคัญมาก

นับตั้งแต่ปี 2540 ที่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวคนไทยมีการชะลอการเดินทางลง ทำให้อัตราการเข้าพักโรงแรมในสถานพักแรมส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง แต่หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้มีการประชุมนอกสถานที่ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น จึงส่งผลให้ธุรกิจทางด้านบริการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ขณะที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเองก็ยังคงมีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าพักแรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย ทำให้อัตราการเข้าพักแรมแต่ละปีนับตั้งแต่ปี 2543 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50

จากการขยายตัวของห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปี 2545 มีจำนวนห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวน 239,241 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยทั้งปี ร้อยละ 53.66 ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวมีการเข้าพักแรมในกรุงเทพมหานครสูงที่สุด ถึงร้อยละ 63.90 ขณะที่ภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักต่ำที่สุด โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวระดับรอง สำหรับการให้บริการในสถานพักแรมนั้น พบว่าเกินกว่าครึ่งของคนที่พักแรมในสถานพักแรม ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขณะที่คนไทยแม้มีการใช้บริการไม่ถึงครึ่ง แต่กลับมีแนวโน้มการให้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้หากพิจารณาอัตราการเข้าพักแรมรายเดือนพบว่าอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยในแต่ละเดือนเกินกว่าร้อยละ 50 ยกเว้นเดือนกันยายน ตุลาคม และมีธันวาคมมีอัตราการเข้าพักแรมเกินกว่าร้อยละ 50 คือ กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออกและภาคใต้

จากการศึกษาสถานการณ์พักแรมของสถานพักแรมในภาคเหนือ ปี 2545 การขยายตัวของห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างปี 2541 – 2545 ในภาคเหนือมีการขยายตัวค่อนข้างต่ำ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลักอาทิ เชียงราย เชียงใหม่ นั้นห้องพักเริ่มมีการปิดกิจการลงไปบ้าง บางแห่งมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้เช่ารายเดือน ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในระดับรองมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และลดลงเล็กน้อยยกเว้นห้องพักในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย ที่มีการขยายตัวในระดับร้อยละ 20 ดังนั้นในปี 2545 ห้องพักรวมจึงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 2.62 สำหรับอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยในรอบทั้งปีนั้น ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวภูมิภาคนี้ หากเป็นช่วงฤดูฝนซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่ปิด นักท่องเที่ยวจึงมีการชะลอการเดินทางทางลงทำให้อัตราการเข้าพักแรมในช่วงระหว่างเดือน พฤษภาคม – กันยายน มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

หากพิจารณาอัตราการเข้าพักแรมตามแหล่งท่องเที่ยวหลักพบว่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอัตราการเข้าพักแรมต่ำกว่าร้อยละ 50 ยกเว้นพิษณุโลก และสุโขทัย ซึ่งเป็นตลาดหลักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมันและเนเธอร์แลนด์ ขณะที่ลำพูนนั้นมีอัตราการเข้าพักแรมต่ำที่สุด เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวแบบวันเดย์รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เชียงใหม่ มีความพร้อมทางด้านที่พักมากกว่า

จากการที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในภาคเหนือรวมทั้งปัจจุบันทางรัฐบาลและหน่วยงานหลายหน่วยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ และมีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นสภาพเศรษฐกิจภายในจังหวัดควบคู่ไปกับการส่งเสริมนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล และที่สำคัญจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ภายใต้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และการจัดการเข้าถึง (Accessibility) ที่ดีใน

ระดับหนึ่ง กอปรกับความมีเสน่ห์ของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีของชาวล้านนา และธรรมชาติ ที่งดงามที่มีขุนเขาโอบล้อมอยู่รายรอบ ประกอบกับมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยว ทำให้แต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศล้นหลามเข้าสู่ จังหวัดเชียงใหม่ กระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาสถิติแสดงจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในเดือนมิถุนายน 2547 พบว่า 5 อันดับแรกได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษมีจำนวนมาก ที่สุด คือ 19,020 คน และรองลงมาตามลำดับคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 18,495 คน , นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น จำนวน 11,024 คน , นักท่องเที่ยวจากประเทศ ออสเตรเลีย จำนวน 8,663 คน และนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ จำนวน 6,987 คน ซึ่งมีจำนวน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน ปี 2546 และจากสถิติแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 87,924 คน (ตารางที่ 1)

**ตารางที่ 1.1 สถิติแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ (5 อันดับแรก)
ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เดือนมิถุนายน 2546 และ มิถุนายน 2547**

ประเทศ	เดือนมิถุนายน		
	2546	2547	Δ (%)
ประเทศไทย	97,243	87,924	-9.58
ประเทศอังกฤษ	12,058	19,020	+57.74
ประเทศสหรัฐอเมริกา	12,052	18,495	+53.46
ประเทศญี่ปุ่น	5,565	11,024	+98.10
ประเทศออสเตรเลีย	3,478	8,663	+149.08
ประเทศสิงคโปร์	9,779	6,987	-28.55

ที่มา: สถิติการท่องเที่ยวเดือนมิถุนายน ปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 – เดือนมิถุนายน 2547 พบว่ามียอดรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 1,299,578 ล้านคนและจำนวนห้องพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว คิดเป็น 3.91 ต่อวัน/คน และนักท่องเที่ยวมี ค่าใช้จ่าย 3,446.35 บาท/คน/วัน รวมมีรายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 – มิถุนายน 2547 คิดเป็น 17,236.91 ล้านบาท (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1.2 สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ เดือนตุลาคม 2546 – มิถุนายน 2547

รายการ	ตุลาคม 2546 – มิถุนายน 2547		
	2546	2547	Δ (%)
-จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ	1,170,350	1,299,578	+11.04
-ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	4.14	3.91	-
-ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	3,286.48	3,446.35	+4.86
-รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	15,731.21	17,236.91	+9.57

ที่มา: สถิติการท่องเที่ยวปี 2546 - 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีการขยายตัวขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่สนใจว่าธุรกิจทางด้านโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวจะได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจอย่างไร โดยเน้นการศึกษาถึงผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงสภาพธุรกิจในช่วงภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันตลอดจนการดำเนินการของธุรกิจนี้ในช่วงก่อนหน้าที่จะมีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพราะถือว่าธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญที่จะใช้ศึกษาถึงภาวะเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวรวมทั้งศึกษาถึงผลกระทบ ปัจจัยที่สืบเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลศึกษาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรม โดยศึกษาถึงผลกระทบภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา จะศึกษาเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จำแนกไว้ในธุรกิจโรงแรม โดยจำแนกเป็นประเภทที่พักของโรงแรม ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

2.1 กลุ่มโรงแรม (โดยแบ่งกลุ่มโรงแรมจากระดับราคาขายของห้องพักมาตรฐานเป็นตัวกำหนด)

- กลุ่ม 1: ระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป
- กลุ่ม 2: ระดับราคาตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท
- กลุ่ม 3: ระดับราคาตั้งแต่ 1,000 – 1,499 บาท
- กลุ่ม 4: ระดับราคาตั้งแต่ 500 – 999 บาท
- กลุ่ม 5: ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท

2.2 กลุ่มเกสต์เฮ้าส์ หรือ เรือนแรม

1.4 นิยามศัพท์

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาของการผลิตและบริการ

2. นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่ปกติไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยว, 2532)

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนระหว่างประเทศที่มีระยะพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน

4. สถานที่ท่องเที่ยว (ในที่นี้หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ อันเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดสวนดอก วัดเชียงมั่น ถ้ำเมืองออน

เวียงกุมกาม ศูนย์หัตถกรรมร่วมบ่อสร้าง สันกำแพง และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น น้ำตก เป็นต้น

5. โรงแรม หมายถึง สถานที่พักชั่วคราวของนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทาง เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ซึ่งอาจจำแนกได้หลายระดับ

6. อัตราการเข้าพัก หมายถึง อัตราร้อยละของจำนวนคืนพักต่อผลคูณของห้องพักจำนวนวันในระยะเวลาหนึ่ง โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (โครงการสำรวจการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2533 ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

$$\text{อัตราการเข้าพักของ 1 ปี} = \frac{\text{จำนวนคืนพักตลอดปี} \times 100}{365 \times \text{จำนวนห้องพักทั้งหมด}}$$

7. โรงแรมในเมืองย่านการค้า หมายถึง สถานที่พักที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า ผู้มาพักส่วนใหญ่มักจะเป็นนักธุรกิจ และมีบริการพิเศษครบครัน โรงแรมประเภทนี้มักจะเป็นที่นิยมใช้เป็นที่ประชุมสัมมนา หรือ บริษัทนำเที่ยวมักจะเลือกเป็นที่พักของกลุ่มทัวร์ เพราะอยู่ในย่านธุรกิจชุมชน สะดวกต่อการท่องเที่ยว

8. โรงแรมเรซิเดน หมายถึง สถานที่พักที่ผู้พักมักจะเช่าอยู่เป็นระยะเวลานาน ๆ ส่วนใหญ่จะมีบริการพิเศษต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องอาหาร ห้องนั่งเล่น โรงแรมเรซิเดนมีหลายระดับ นับตั้งแต่ราคาปานกลางไปจนถึงห้องพักแบบหรูหรามาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นห้องพักชุดสำหรับนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว

9. โรงแรมรีสอร์ท หมายถึง โรงแรมที่สร้างอยู่ตามสถานตากอากาศ โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ในที่ที่มีทำเลดี เช่น ริมชายหาด ริมแม่น้ำ ในหุบเขา ฯลฯ โรงแรมประเภทนี้มีหลายระดับราคาตั้งแต่ราคาปานกลางไปจนถึงราคาแพงมาก

10. เกสต์เฮ้าส์ หรือ เรือนแรม หมายถึง สถานที่พักที่ดัดแปลงมาจากบ้านพักอาศัยอยู่ในย่านธุรกิจการค้าให้นักท่องเที่ยวเช่าอยู่อาศัยทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ห้องพักมีจำนวนไม่มาก ราคาห้องพักไม่สูงมากนัก เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวประเภททัศนจร

11. นักท่องเที่ยวประเภททัวร์ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ได้วางแผนการท่องเที่ยว โดยการซื้อเป็นโปรแกรมทัวร์ มาเป็นหมู่คณะ จัดให้บริการการท่องเที่ยวโดยผ่านผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

12. นักท่องเที่ยวประเภททัศนอาจร หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีการจัดแผนการเดินทางด้วยตัวเอง เป็นส่วนตัว เพื่อหาประสบการณ์และความรู้ โดยอาศัยข้อมูลท่องเที่ยวจากแหล่งความรู้ต่างๆ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลศึกษาถึงสภาพธุรกิจในช่วงภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันตลอดจนการดำเนินการของอุตสาหกรรมโรงแรม ในช่วงก่อนและหลังที่จะมีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

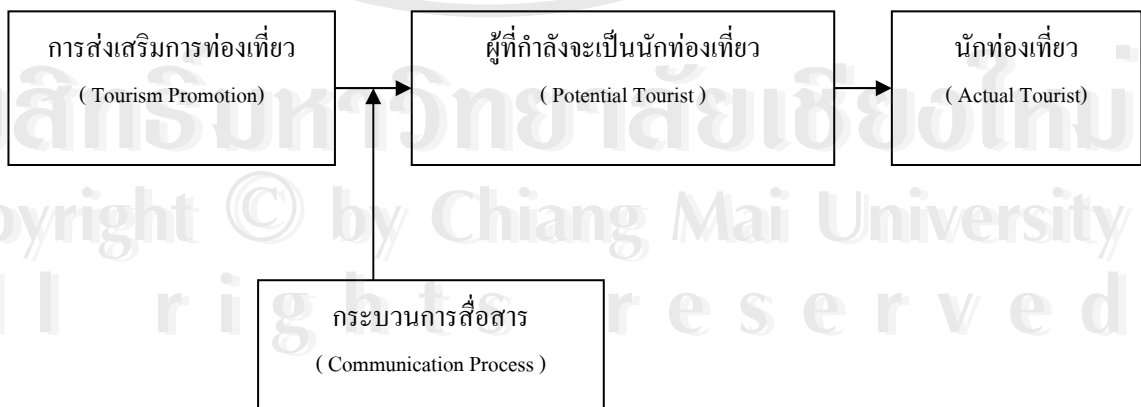
2.1 แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็จะนำมาซึ่งเงินตราทั้งในและนอกประเทศที่หมุนเวียนภายในประเทศก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มรายได้ของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีผลทำให้รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นและเศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโต

การส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นด้วยการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวรู้จักสินค้าทางการท่องเที่ยว มีการจูงใจและการสร้างอิทธิพลให้ “ผู้ที่กำลังจะซื้อ” เปลี่ยนเป็น “ซื้อ” ในที่สุด

เปลี่ยน

ให้เป็น



2.1.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อจะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่กับประเทศ และจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อม ๆ กับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมือง มีดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวกลายเป็นรายได้อันดับ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่น ๆ รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลยภาพการชำระเงิน เช่น ในปี 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาท รายจ่ายจากการท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่น ๆ ได้เป็นอย่างมาก

รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านหรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวได้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเที่ยวที่ใด จะต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัย ทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ ที่สำคัญยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่การเป็นเพื่อนร่วมโลกที่ช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง เป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

2.2 แนวคิดทฤษฎีสถิตการรายได้ประชาชาติ

$$Y = C + I + G + (X - M)$$

โดย	Y	=	ผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (Gross National Product)
	C	=	ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคของประชาชนทั่วประเทศ (Consumption Expenditure)
	I	=	ค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุนผลิตสินค้าและบริการ (Investment)
	G	=	ค่าใช้จ่ายของรัฐบาล (Government Expenditure)
	X - M	=	การส่งออกสุทธิ (Net Export)
	X	=	มูลค่าสินค้าส่งออก (Export)
	M	=	มูลค่าสินค้านำเข้า (Import)

ในหมวด G หรือค่าใช้จ่ายของรัฐบาลประกอบด้วย

1. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการจากองค์การผลิตต่าง ๆ
2. ค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยเลี้ยง ค่าล่วงเวลา ฯลฯ
3. ค่าใช้จ่ายในด้านการทหาร และการป้องกันประเทศ

4. ค่าใช้จ่ายในการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ

5. ค่าใช้จ่ายในการบริหารเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านการพาณิชย์ งานส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจอื่น ๆ

ซึ่งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล จัดเป็นส่วนหนึ่งในรายจ่ายการบริหารเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลต่อรายได้ประชาชาติ รายจ่ายของรัฐบาลในแต่ละปี จะเป็นรายจ่ายที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ประชาชาติทั้งหมด การใช้จ่ายของรัฐบาลมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การกระจายรายได้ และระดับการจ้างงาน กล่าวคือ การใช้จ่ายของรัฐบาลที่เพิ่มขึ้นจะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนประกอบการผลิตสูงขึ้น หรือทำให้รายได้ประชาชาติสูงขึ้น เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ

2.3 ทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว

ทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (ด้อย ชุมสาย ๑: 2527) หมายถึงความปรารถนาของคนที่ใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว

ทางด้านทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปสงค์ (Law of Demand) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวด้านประชากร เพื่อความละเอียดและชัดเจนของผลการวิจัย อาทิเช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้

ทฤษฎีเบื้องต้นว่าด้วยอุปทานของการท่องเที่ยว

อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึงสินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ

ลักษณะของอุปทานทางการท่องเที่ยว

1. เป็นสินค้าที่จับไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็น “ ความรู้สึก ” การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เสมือนการซื้อขายสินค้านำ

2. เป็นอุตสาหกรรมการส่งออกที่ไร้ร่องรอยหรือสินค้าส่งออกจำบัง ในการขายสินค้าหรือบริการจะไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง

3. ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

4. ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ในส่วนของปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขาย แต่จะคงสภาพและปริมาณเท่าเดิม หากมีการจัดการการพัฒนาการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์ จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อ เหมือนสินค้าชนิดอื่น ๆ

5. ผลผลิตไม่สามารถเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพัก และแรงงาน จะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถจะสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม จะนำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.4 แนวคิดด้านผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าส่งออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เช่นเดียวกับธนาคาร การประกันภัย บริษัทที่ปรึกษาและธุรกิจการขนส่งทางทะเล สินค้าที่ส่งออกที่มองไม่เห็นเหล่านี้มุ่งที่การขายบริการมากกว่าการขายตัวสินค้าที่มีรูปร่าง แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวก็แตกต่างไปจากสินค้าส่งออกระหว่างประเทศอื่น ๆ ในหลายทางเช่น

1. ผู้ซื้อสินค้า (นักท่องเที่ยว) เดินทางไปเยือนประเทศผู้ส่งออกเพื่อรวบรวมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
2. ผู้ส่งสินค้าออกไม่ต้องบวกทุนค่าขนส่งลงไปในตัวสินค้า
3. อุปสงค์การท่องเที่ยวมีผลกระทบโดยตรงต่อองค์ประกอบทางเศรษฐกิจ เช่นการเปลี่ยนความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวการเมืองท้องถิ่นที่รบกวนบรรยากาศการท่องเที่ยวหรือแม้แต่การเสนอข่าวเชิงบวก หรือเชิงลบของสื่อมวลชนต่าง ๆ ต่อสถานที่ท่องเที่ยว

4. อุปสงค์ของการท่องเที่ยวแบบวันหยุดพักผ่อน (Vacation Tourism) จะเปลี่ยนแปลงตามมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและรายได้ส่วนเหลือของนักท่องเที่ยว นักเศรษฐศาสตร์เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า ราคาสูงแต่รายรับยืดหยุ่นซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับทั้งรายจ่ายและรายรับของนักท่องเที่ยวสามารถเป็นต้นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมิได้ถูกกระทบมากนักโดยธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เท่ากับคุณลักษณะของผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยว)

6. การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นอุตสาหกรรมอย่างเดี่ยว แต่เป็นอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทที่เชื่อมโยงสัมพันธ์อย่างกว้างขวางกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย เช่น อุตสาหกรรมโรงแรมที่พัก อุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมการบริการ ร้านจำหน่ายสินค้า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การคมนาคมขนส่ง และกิจการบันเทิงต่าง ๆ กับทั้งยังมีผลกระทบต่อกิจกรรมสนับสนุนรอง ๆ ลงไปอีกด้วย เช่น บริษัทจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ และเครื่องประดับตกแต่ง โรงงานผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในกิจการท่องเที่ยว

7. นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในราคาต่ำหรือในราคาปลอดภาษี ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นไม่สามารถซื้อได้

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สภาพสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งอุตสาหกรรมหรือสินค้าส่งออกอื่น ๆ ไม่มี

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ส่งออกที่มีความสำคัญและคุณค่าต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมากเข้าสู่ประเทศ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีวันหมดสิ้น เป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกชนิดเดียวที่นักท่องเที่ยว หรือผู้ซื้อต้องเข้ามาชื่นชมและสัมผัสด้วยตัวเองไม่สามารถจะบรรจุหีบห่อเอากลับไปได้ แต่อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมแม้จะมีข้อดีหลายประการต่อสังคมและประเทศ แต่ก็ยังมีข้อเสียหรือผลกระทบที่สำคัญ ๆ อันควรพิจารณาได้แก่ ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งในบทนี้จะพิจารณากันต่อไปตามลำดับ

1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Social Impacts)

ปัจจุบันนี้ไม่เป็นที่สงสัยว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นได้ก่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจจำนวนมากมหาศาลให้แก่ประเทศและประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจและอุตสาหกรรมดังกล่าว ข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณามีดังต่อไปนี้

ข้อดีเสียของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ (Advantages) ข้อดีประการหนึ่งของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวก็คือการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและท้องถิ่นในแง่ของประเทศรายได้ จากเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวนับเป็นรายได้เข้าประเทศที่สำคัญมากในปัจจุบันที่ช่วยให้ ประเทศสามารถสร้างดุลการค้าได้ดี รวมทั้งยังช่วยสนับสนุนทางการเงินและงบประมาณเพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับ อุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น โรงงานอุตสาหกรรมทั้งหลาย ก็ทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานรายใหญ่ของประเทศด้วย ดังตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรม ที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลเหนืออุตสาหกรรมใด ๆ ตลอดช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำเงินตรา ต่างประเทศเข้าประเทศถึง 3.7 หมื่นล้านบาท เมื่อสิ้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผน ที่ 5 ในปี พ.ศ. 2529 ซึ่งสูงกว่ารายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ข้าว และมันสำปะหลัง สินค้า เกษตรที่เคยเป็นตัวนำรายได้เข้าประเทศมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะข้าวต้องเผชิญกับการแข่งขัน ในตลาดโลกอย่างรุนแรง ด้วยเหตุนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) จึงได้มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการสนับสนุนการหารายได้เข้าประเทศจากการท่องเที่ยว อย่างจริงจังเป็นครั้งแรกของไทย โดยได้กำหนดเป้าหมายการท่องเที่ยวไว้ดังนี้คือในปี พ.ศ.2534 ซึ่งเป็นปีสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนที่ 6 คาดว่าการท่องเที่ยวจะนำเงินตรา ต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 6.9 หมื่นล้านบาท พร้อมกันนั้นยังได้กำหนดอีกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่าง ประเทศที่เดินทางเข้าไปไทยจะเพิ่มขึ้นอีกปีละ 7-5 เปอร์เซ็นต์ และจะเพิ่มเป็น 3.7 ล้านคน ในปี สิ้นสุดท้ายของแผนฯ โดยจะเพิ่มระยะเวลาพัก โดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอัตรา เฉลี่ยปีละ 6.5 ในช่วงแผนฯ กล่าวโดยสรุปการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหลักสำหรับการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั้งปัจจุบันและในอนาคต เป็นแหล่งเงินตราเข้าประเทศและ แหล่งจ้างงานตลอดจนการกระจายรายได้แหล่งใหญ่ที่สุดในปัจจุบันนี้

ในแง่การพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว โครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบินพาณิชย์ แลถนนหนทางจะถูกกระตุ้นให้มีการพัฒนา โครงสร้างพิเศษไว้รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และยังนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา โครงสร้างพิเศษไว้รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคารและร้านจำหน่ายสินค้า ต่าง ๆ ในประเทศซึ่งประชาชนในท้องถิ่นสามารถประกอบการและเป็นเจ้าของกิจการได้ด้วย ตนเอง ในลักษณะของการประกอบธุรกิจขนาดย่อมที่ใช้ทุนในการประกอบการไม่สูงมากนัก โดยมี รัฐบาลและสถาบันทางการเงินของเอกชนเป็นผู้คอยให้การสนับสนุน

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยให้เกิดรายได้ต่อรัฐบาลในรูปแบบของภาษีต่าง ๆ ทั้งโดยตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยวเข้าสู่ระบบการคลังของประเทศ

1.2 ข้อเสียของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ (Disadvantages) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเน้นฤดูกาล ซึ่งหมายความว่าธุรกิจต่าง ๆ ในท้องถิ่นจะต้องสามารถอยู่รอดในช่วงที่ไม่มีรายได้ หรือไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว หรือการที่สามารถมีรายได้จากธุรกิจตลอดปี ในทำนองเดียวกันลูกจ้างและพนักงานก็อาจมีงานทำแต่เฉพาะในช่วงใดช่วงหนึ่งของปีเท่านั้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยให้ค่าที่ดินและทรัพย์สินในท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลดีต่อผู้ขายแต่จะเป็นผลร้ายต่อประชาชนและผู้ซื้อในท้องถิ่น หรือธุรกิจต่าง ๆ ในชุมชน

ในบางสังคมหรือบางประเทศ การท่องเที่ยวช่วยให้เพิ่มราคาของสิ่งจำเป็นต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น เกษตรกรในท้องถิ่นที่ไม่สามารถจะผลิตสินค้าเกษตรให้พอกับความต้องการของทั้งประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชน และนักท่องเที่ยว อาหารและผลิตผลที่เป็นวัตถุดิบทางการเกษตร จึงต้องสั่งเข้ามาจากที่อื่นในราคาแพง และยังส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นสูงขึ้นตามไปด้วย อีกประการอาหารที่สั่งเข้ามาอาจไม่เหมือนกับที่ผลิตได้ในท้องถิ่น ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในชุมชนนั้นได้

วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ของท้องถิ่นอาจขาดแคลน อันเนื่องมาจากชาวต่างชาติหรือเกษตรกรหรือชาวบ้านที่ทำอาชีพต่าง ๆ อยู่แต่เดิมในชุมชน อาจละทิ้งอาชีพที่เคยทำ เพื่อมาทำงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแทน ดังนั้นสินค้าต่าง ๆ เพื่ออุปโภคและบริโภคในชุมชนจึงต้องสั่งเข้ามาจากที่อื่นในราคาที่แพงขึ้น ช่างฝีมือและงานศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่น ซึ่งแต่เดิมผลิตสินค้าเพื่อขายให้แก่ประชาชนในชุมชนอื่น ๆ ที่เขารู้จัก แต่ในปัจจุบันต้องพยายามขายให้แก่นักท่องเที่ยวแปลกหน้า เพื่อเพิ่มความเติบโตให้แก่ธุรกิจของตนเอง ในการกระทำดังกล่าวนี้พวกเขาจึงต้องขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางผู้ซึ่งจะได้กำไรจากสินค้าที่ควรจะเป็นของผู้ผลิตเองทั้งหมด

ในบางกรณี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่ยังไม่พัฒนา รัฐบาลต้องทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากลงไปในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งงบประมาณดังกล่าวน่าจะถูกนำไปใช้ดีกว่าในการให้บริการทางสังคมแก่ประชาชน เช่น การศึกษา การสาธารณสุข และการคมนาคม เป็นต้นแต่เมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นประเทศก็จะค่อย ๆ กลายเป็นการผูกพันอยู่กับการท่องเที่ยวและรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีศักยภาพมหาศาลในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นและชุมชน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะช่วยเยียวยาโรคทุกโรคในชุมชนหรือท้องถิ่นได้ทั้งหมด รัฐบาลของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายจึงจะต้องตระหนักในผลกระทบอันเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วแต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วสิ่งนี้ไม่เป็นปัญหาสำคัญของประเทศ

เพราะระบบเศรษฐกิจที่มั่นคงและเข้มแข็งสามารถรองรับสิ่งที่เป็นผลกระทบของเศรษฐกิจในเชิงลบได้คืออยู่แล้ว

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและผลกระทบทางเศรษฐกิจ

(Tourism Growth and Economic Effect)

ในระหว่างนี้วางแผนเศรษฐกิจนั้นมิจำนวนมากที่ให้การสนับสนุนต่อความสมดุลทางด้านความเติบโตเชิงเศรษฐกิจ โดยมีการเชื่อว่าการท่องเที่ยวควรพิจารณาแต่เพียงองค์ประกอบหนึ่งของระบบเศรษฐกิจเท่านั้น หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า นักวางแผนทางเศรษฐกิจตั้งข้อสังเกตว่าการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว (สร้างโรงแรมเพิ่มขึ้น สร้างภัตตาคารและร้านอาหาร) จะต้องรับการสนับสนุนจากธุรกิจอื่น ๆ ด้วย และธุรกิจอื่น ๆ ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นธุรกิจภายในท้องถิ่นนั้น การที่จะเป็นไปได้ดังกล่าวนี้อาจเป็นต้องอาศัยระบบการวางแผนเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพที่มุ่งจะผสมผสานส่วนต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจเข้าด้วยกันเพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้น

ในด้านตรงกันข้าม นักเศรษฐศาสตร์ผู้ซึ่งไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีความสมดุลทางการเติบโตเชิงเศรษฐกิจ ผู้ซึ่งมีความเชื่อว่าถ้าขยายอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นก็จะก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของอุปทานตามมาด้วย คนกลุ่มนี้คิดว่าถ้าสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นแก่การท่องเที่ยวก็จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความเติบโตของเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวด้วย เมื่อความต้องการในด้านธุรกิจการท่องเที่ยวได้ถูกสร้างให้เกิดขึ้น ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ก็จะมองเห็นโอกาสและความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของตนเอง และสามารถสนองความต้องการของตลาดได้ทันที ผลก็คือก็ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในส่วนต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

การประสานความเติบโตจึงเป็นแนวทางที่ควรปฏิบัติระหว่างความสมดุลและความไม่สมดุลของความเติบโตทางเศรษฐกิจ และมักเป็นการง่ายที่จะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เมื่อมีนักท่องเที่ยวเป็นฐานอยู่แล้ว และสามารถเพิ่มตามภายหลังได้เมื่อปรากฏว่ามีความต้องการเกิดขึ้น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สการินทร์ โปธิวาสวาริน (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เปรียบเทียบกับระดับประเทศ ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจด้านการทิวไรรายได้ สูงกว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพบว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ 1 ล้านบาท ในปี 2535 ก่อให้เกิดรายได้โดยตรง 0.293 ล้านบาท และเป็นรายได้ทางอ้อม 1.331 ล้านบาท ดังนั้นก่อให้เกิดรายได้ทั้งหมด 1.624 ล้านบาท และก่อให้เกิดการทิวไรรายได้ 1.33 โดยก่อให้เกิดการทิวไรรายได้สูงสุดในสาขาการบริการ รongลงมา คืออุตสาหกรรมอาหาร และอันดับที่สามคืออุตสาหกรรมสิ่งทอ ส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 1 ล้านบาท ในปี 2535 ก่อให้เกิดรายได้โดยตรง 0.263 ล้านบาท และรายได้โดยอ้อม 1.294 ล้านบาท ดังนั้นก่อให้เกิดรายได้ทั้งหมด 1.557 ล้านบาท และก่อให้เกิดการทิวไรรายได้ 1.29 ล้านบาท โดยก่อให้เกิดการทิวไรรายได้สูงสุดในสาขาโลหะ รongลงมาคือสิ่งทอ และสาขาการบริการ ตามลำดับ นอกจากนี้การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ก่อให้เกิดการจ้างงาน ร้อยละ 0.63 ของการจ้างงานในจังหวัดเชียงใหม่

สุริย์ บุญญานุพงษ์ (2539) ได้อธิบายคำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง ไม่ใช่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่ส่วนมากเข้าใจกันเท่านั้น การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้เพื่อการกีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง ก็นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวโดยหลักการแล้ว กำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือ

หารายได้

มานิต ศิริมหาราช (2539) ได้ศึกษาถึงผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรม พบว่า การพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ทุกปัจจัยในด้านบวก โดยมีผลทำให้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม ระยะเวลาในการพำนัก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักแรมของนักท่องเที่ยว รายได้จากค่าที่พักของโรงแรม และอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ส่วนมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น จากผลกระทบต่อปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรายได้ทุกปัจจัยในด้าน

บวกนี้ จึงส่งผลให้รายได้ของธุรกิจโรงแรมเพิ่มสูงขึ้นกว่าปกติ และส่งผลกระทบต่อการขายตัวของค่าใช้จ่ายในการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในอัตราเพิ่มสูงขึ้นเพียงปัจจัยเดียว แต่จะส่งผลทำให้ค่าจ้างพนักงาน , ต้นทุนคงที่ , ต้นทุนผันแปรมีการขยายตัวของค่าใช้จ่ายในอัตราที่ลดน้อยลง ดังนั้นในภาพรวมของผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อรายจ่ายของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีผลทำให้รายจ่ายมีการขยายตัวในอัตราที่ลดน้อยลงกว่าปกติ ทำให้รายได้สูงกว่ารายจ่าย อันเป็นผลทำให้กำไรของธุรกิจมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น สามารถมีการดำเนินการและขยายตัวได้ ดังนั้นการพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจจึงมีผลกระทบทำให้ธุรกิจโรงแรมได้รับประโยชน์และมีการเติบโตที่ดี

วรรณมา วงษ์วานิช (2539) ได้ศึกษาถึงผลกระทบทางการท่องเที่ยวพบว่า การท่องเที่ยวจะมีจำนวนมากหรือน้อยก็ตาม ย่อมส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อสังคมส่วนรวม และสังคมเฉพาะจุด เฉพาะแหล่ง ตลอดจนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หรือบริเวณที่กิจกรรมการท่องเที่ยวถูกจัดให้มีขึ้น สรุปได้ดังนี้เช่น ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

หลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่น่ารายได้มาสู่ประเทศปีละจำนวนมาก และเป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจดังนี้

1. ด้านอาชีพ การสร้างงาน และการกระจายรายได้

การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ การสร้างงานทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้กำลังคนในลักษณะงานต่างๆ และตามแหล่งต่างๆ ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและนอกแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนบางส่วนจึงมีการเปลี่ยนแปลงอาชีพจากอาชีพเกษตรกรรมมาสู่อาชีพรับจ้างตามโรงงาน และสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม ฯลฯ ตลอดจนการเกิดอาชีพใหม่ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ ทำให้เกิดรายได้การสร้างงานโดยตรงจากธุรกิจท่องเที่ยว

2. ด้านการสร้างรายได้

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในลักษณะการขายบริการและทรัพยากรธรรมชาติ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวคือรายได้ของท้องถิ่น ซึ่งในการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวย่อมมีค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าที่พัก ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึก

3. ด้านการเจริญเติบโตและการขยายตัวการลงทุน

ความเติบโตของการท่องเที่ยว ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ มีการลงทุนเพิ่มขึ้นและขยายตัวออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง การลงทุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การสร้างโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ฯลฯ

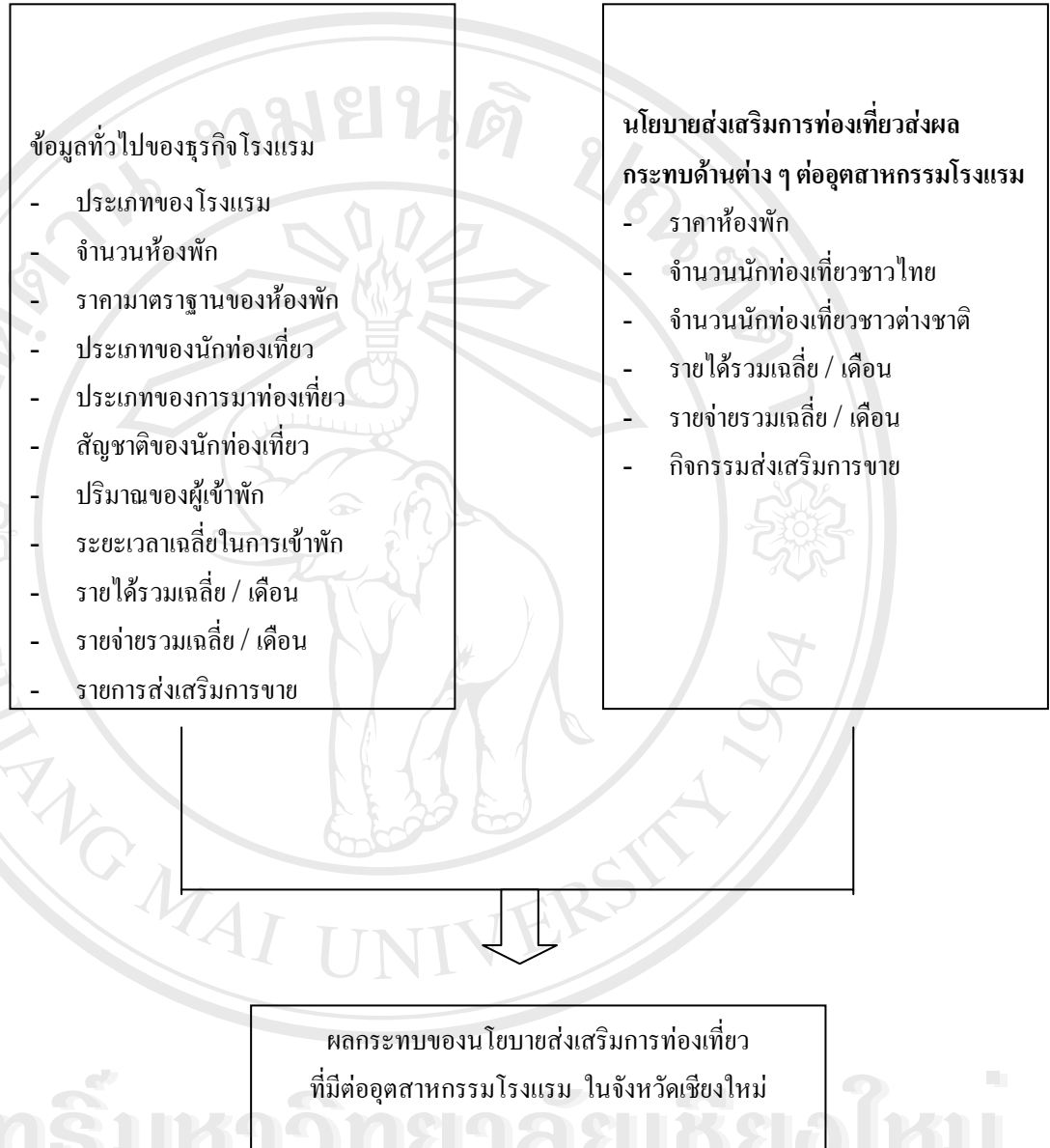
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวกลายเป็นรายได้อันดับ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจทางตรงเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมที่เป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาวางมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากจะพักแรมก็ต้องจ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่กับเฉพาะโรงแรม แต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปสู่ภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งจะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะ เป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

อังคณา ธนะชัยทวีทรัพย์ (2546) ได้ศึกษาถึงผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจก่อนและหลังมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 53 ราคาสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าก่อนและหลังมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีราคาใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 49 รายได้จากธุรกิจส่วนใหญ่จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นหลังจากมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 44 และจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศก่อนและหลังมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีจำนวนใกล้เคียงกัน

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

1. การศึกษาจากเอกสาร เป็นการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เอกสารที่จัดทำและวิจัยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1 หนังสือ วิทยานิพนธ์ เอกสารการวิจัย รวมถึง การหาข้อมูลทางเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. การศึกษาภาคสนาม เป็นการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการทำวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 60 ชุด โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เป็นข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมโรงแรม

- ประเภทของกลุ่มที่พัก
- จำนวนห้องพัก
- ราคามาตรฐานของห้องพัก
- ประเภทของนักท่องเที่ยวและประเภทของการมาเที่ยว
- สัญชาติของนักท่องเที่ยว
- ปริมาณนักท่องเที่ยว
- อัตราการเข้าพัก
- ระยะเวลาการเข้าพัก
- รายได้เฉลี่ยจากการเข้าพักต่อเดือน
- รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

2. ส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินการของอุตสาหกรรมโรงแรมก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การเปลี่ยนแปลงของราคาห้องพัก จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก รวมถึงรายได้และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

3. ส่วนที่เป็นข้อมูลเสนอแนะ เกี่ยวกับผลกระทบที่ได้รับจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลต่อธุรกิจโรงแรม ปัญหาในการดำเนินกิจการ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

นอกจากนั้นจะเป็นการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการอ่านและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดต่างๆ และเก็บข้อมูลเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณนักท่องเที่ยว ศึกษาเกี่ยวกับรายได้จากการท่องเที่ยว , จำนวนนักท่องเที่ยว และทำการเก็บรวบรวมจัดหมวดหมู่ เพื่อเรียบเรียงใช้ในการทำรายงานการวิจัย และใช้ข้อมูลเพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินการวิจัยภาคสนามต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมินี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ดังนี้คือ

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- หอการค้าจังหวัด
- สำนักงานส่งเสริมการลงทุน
- สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณนักท่องเที่ยว ระยะเวลาการเข้าพัก อัตราการเข้าพัก ฯลฯ จากจำนวนโรงแรมทั้งหมด 214 แห่ง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 60 ราย แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ

1. กลุ่มโรงแรม(โดยแบ่งกลุ่มโรงแรมจากระดับราคาขายของห้องพักมาตรฐานเป็นตัวกำหนด) ผู้ทำการวิจัยจะสุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย แบ่งเป็น

- กลุ่ม 1 : ระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป
 - กลุ่ม 2 : ระดับราคาตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท
 - กลุ่ม 3 : ระดับราคาตั้งแต่ 1,000 – 1,499 บาท
 - กลุ่ม 4 : ระดับราคาตั้งแต่ 500 – 999 บาท
 - กลุ่ม 5 : ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท
2. กลุ่มเกสต์เฮ้าส์ หรือ เรือนแรม จำนวน 10 ราย
รวมทั้งหมด 60 ราย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) คือ การอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมมาได้ โดยการนำเสนอเป็นตาราง ความถี่ สัดส่วน ค่าร้อยละ และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าที่ได้ก่อนและหลังจากที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐบาล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษา เรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” ผู้ศึกษาได้ทำการ เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 60 ราย วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการศึกษานำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ

4.3 ข้อมูลเสนอแนะ

ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมโรงแรม

ตาราง 4.1 จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม

ประเภท	จำนวน/ราย	ร้อยละ
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	19	31.6
โรงแรมเรซิเดน	21	35.0
โรงแรมรีสอร์ท	10	16.7
เกสต์เฮ้าส์	10	16.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงแรมประเภทโรงแรมเรซิเดนคือโรงแรมที่พักที่ผู้พักมักจะเช่าอยู่เป็นระยะเวลานาน ๆ ส่วนใหญ่ทางโรงแรมจะมีบริการพิเศษต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องอาหาร ห้องนั่งเล่น โรงแรมเรซิเดนมีหลายระดับ นับตั้งแต่ราคาปานกลางไปจนถึงห้องพักแบบหรูหราราคาแพง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นห้องพักชุดสำหรับนักท่องเที่ยวแบบครบครัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาเป็นโรงแรมในเมืองย่านการค้า คือโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า ใจกลางเมือง ผู้มาพักส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจ และมีบริการพิเศษครบครัน โรงแรมประเภทนี้มักจะเป็นที่นิยมใช้เป็นที่ประชุมสัมมนา หรือ บริษัทนำเที่ยวมักจะเลือกเป็นที่พักของกรุ๊ปทัวร์ เพราะอยู่ในย่านธุรกิจชุมชน สะดวกต่อการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.6 และโรงแรมรีสอร์ท ซึ่งเป็นโรงแรมที่สร้างอยู่ตามสถานตากอากาศ โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ในที่มีทำเลดีสวยงาม เช่น ริมชายหาด ริมแม่น้ำ ในหุบเขา ฯลฯ โรงแรมประเภทนี้มีหลายระดับราคาตั้งแต่ราคาปานกลางไปจนถึงราคาแพงมากและ เกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นจำนวนร้อยละเท่ากันคือ ร้อยละ 16.7

ตาราง 4.2 จำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามการมีจำนวนห้องพักในโรงแรม

ห้องพัก	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 ห้อง	12	20.1
51-100 ห้อง	3	5.0
101-200 ห้อง	2	3.3
201-300 ห้อง	35	58.3
300 ห้องขึ้นไป	5	8.3
ไม่ตอบ	3	5.0
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.2 พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพักของโรงแรมส่วนใหญ่มีขนาด 201- 300 ห้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 20.1 โดยโรงแรมที่มีห้องต่ำสุด มีจำนวน 15 ห้องและโรงแรมที่มีจำนวนห้องสูงสุดมีจำนวน 690 ห้อง

ตาราง 4.3 จำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน)

ราคา	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป	9	15.0
ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท	19	31.7
ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท	19	31.7
ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 500-999 บาท	5	8.3
ห้องเดี่ยวราคาต่ำกว่า 500 บาทลงมา	7	11.7
ไม่ตอบ	1	1.6
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.3 พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน) คือ ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท และ ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท มากที่สุด ร้อยละ 31.7 รองลงมา คือห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 2500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 15.0 ห้องเดี่ยวราคาต่ำกว่า 500บาทลงมา ร้อยละ 11.7 และห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 500-999 บาทมีน้อยที่สุด ร้อยละ 8.3

ตาราง 4.4 ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภท	จำนวน/ราย	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวแบบประหยัด(Cost-conscious Tourist)	38	20.4
นักท่องเที่ยวตลาดบน(Up-market Tourist)	17	9.1
นักท่องเที่ยวเยาวชน(Young Tourist)	22	11.8
นักท่องเที่ยวสูงอายุ(Senior Tourist)	11	5.9
นักท่องเที่ยวที่เป็น โสด(Single-Trip Tourist)	14	7.5
นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมพิเศษ(Activity Seeker)	29	15.6
นักท่องเที่ยวประเภทรักธรรมชาติ(Nature Lover)	18	9.7
นักท่องเที่ยวแบบผสม(Hybrid type of Tourist)	37	19.9
รวม	186	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.4 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่ามีประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Cost-conscious Tourist) มากที่สุด ซึ่งจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทที่ต้องการเดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์ของชีวิต โดยมีงบประมาณในการท่องเที่ยวอย่างจำกัด นักท่องเที่ยวประเภทนี้อาจเป็นทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูง หรือระดับปานกลาง โดยมีการวางแผนการท่องเที่ยวเอง โดยอาศัยหนังสือแนะนำเที่ยว ซึ่งจะมีกำลังในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อย ส่วนมากนักท่องเที่ยวแบบประหยัดจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่มาก คิดเป็นร้อยละ 20.4

รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวแบบผสม (Hybrid type of Tourist) นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเป็นการท่องเที่ยวแบบผสมผสานของการทำกิจกรรม 2 อย่าง โดยมีกิจกรรมหนึ่งเป็นหลัก และอีกกิจกรรมหนึ่งเป็นรอง คิดเป็นร้อยละ 19.9 และ นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมพิเศษ (Activity Seeker) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีหลายกลุ่มอายุ แต่นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีกิจกรรมพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การขี่จักรยานเสือภูเขา การปีนเขา เล่นกระดานโต้คลื่น การดำน้ำ การนวดแผนโบราณ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 15.6 ส่วนนักท่องเที่ยวเยาวชน (Young Tourist) จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่มีอายุประมาณ 20 – 21 ปี เดินทางท่องเที่ยวปีละ 2 ครั้ง โดยมุ่งเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ เน้นความสนุกสนานและการท่องเที่ยวแบบประหยัดคิดเป็นร้อยละ 11.8 และนักท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (Nature Lover) นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ การท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ศึกษาพันธุ์ไม้ และสัตว์ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจิตสำนึกสูงในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.7 นักท่องเที่ยวตลาดบน (Up-market Tourist) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับกลางส่วนบนขึ้นมา การเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นไปอย่างหรูหราพิเศษ การท่องเที่ยวแบบไม่รีบร้อน ส่วนมากนักท่องเที่ยวตลาดบนจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ค่อนข้างดี และอยู่ในช่วงอายุ 35 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 9.1 นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด (Single-Trip Tourist) คิดเป็นร้อยละ 7.1 และ นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต แต่ปัจจุบันจากการศึกษาพบว่ามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตาราง 4.5 จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลการมาเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว

ประเภทการมาเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว	จำนวน/ราย	ร้อยละ
กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภททัวร์	33	55.0
กลุ่มนักท่องเที่ยวทัศนอาจร	21	35.0
ไม่ตอบ	6	10.0
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.5 พบว่าประเภทของการมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภททัวร์มีมากที่สุด กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภททัวร์เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมทัวร์ มาเป็นหมู่คณะ จัดให้บริการโดยผ่านผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จะแยกแยะการบริการตามกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว เช่น ทัวร์ราคาพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวในระดับผู้ที่มีรายได้ปานกลาง หรือทัวร์สำหรับผู้มีรายได้สูง กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวประเภททัวร์จะได้รับการบริการการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป โดยมีวัตถุประสงค์เป็นผู้บรรยายและให้ความรู้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมแต่งกายง่าย ๆ ค่อนข้างอนุรักษ์นิยมไม่นิยมในการซื้อของฝากและของที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 ส่วน กลุ่มนักท่องเที่ยวทัศนอาจร เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการจัดการวางแผนด้วยตัวเอง เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ โดยอาศัยการหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 35.0

ตาราง 4.6 สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโรงแรม 5 อันดับแรกในจังหวัดเชียงใหม่

อันดับ	สัญชาติ	ร้อยละ
1	ไทย	26.0
2	อังกฤษ	18.1
3	ญี่ปุ่น	12.7
4	จีน	7.8
5	อเมริกา	7.4
6	อื่น ๆ (ออสเตรเลีย เกาหลี ฮอลแลนด์)	28.0
รวม		100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.6 พบว่า สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโรงแรม 5 อันดับแรก ได้แก่ คนไทย ร้อยละ 26.0 คนอังกฤษ ร้อยละ 18.1 คนญี่ปุ่น ร้อยละ 12.7 และ จีน ร้อยละ 7.8 อเมริกา ร้อยละ 7.4 ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นที่สัดส่วนน้อย เช่น ออสเตรเลีย เกาหลี ฮอลแลนด์ เป็นต้น

ตาราง 4.7 จำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน

ปริมาณผู้เข้าพักเฉลี่ย / เดือน	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 คน	10	16.7
101-500 คน	7	11.7
501-1,000 คน	9	15.0
1,001 คนขึ้นไป	31	51.6
ไม่ตอบ	3	5.0
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.7 พบว่า ปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน ส่วนใหญ่มีปริมาณ 1,001 คนขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา คือ ไม่เกิน 100 คน ร้อยละ 16.7 501-1,000 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 101-500 คน ร้อยละ 11.7 โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก 4 วันต่อคน โดยเข้าพักต่ำสุด 2 วันและเข้าพักสูงสุด จำนวน 8 วัน

ตาราง 4.8 ประมาณการรายได้จากแต่ละประเภท(ต่อเดือน) จากการสอบถามผู้ประกอบการ

ประเภท / รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย/บาท
รายได้จากค่าห้องพัก	8,259,652
รายได้จากค่าอาหาร	8,389,439
รายได้จากบริการทัวร์	87,059
รายได้จากบริการพิเศษอื่นๆ	27,150

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.8 พบว่ารายได้จากแต่ละประเภทต่อเดือน เป็นดังนี้ รายได้จากค่าห้องพัก เฉลี่ย 8,259,652 บาทต่อเดือน รายได้จากค่าอาหาร เฉลี่ย 8,389,439 บาทต่อเดือน รายได้จากบริการทัวร์ เฉลี่ย 87,059 บาท ต่อเดือน และรายได้จากบริการพิเศษอื่นๆ เฉลี่ย 27,150 บาทต่อเดือน

ตาราง 4.9 จำนวนของผู้ประกอบที่ให้ข้อมูลประมาณการรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	5	8.3
100,001-1,000,000 บาท	3	5.0
1,000,001-5,000,000 บาท	13	21.7
5,000,001 บาทขึ้นไป	12	20.0
ไม่ตอบ	27	45.0
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.9 พบว่าประมาณการรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของโรงแรมมีประมาณ 1,000,001-5,000,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 และ 5,000,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.0 ไม่เกิน 100,000 บาท ร้อยละ 8.3 และ 100,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 5.0

ตาราง 4.10 ประมาณการรายจ่ายจากแต่ละประเภท(ต่อเดือน)จากการสอบถามผู้ประกอบการ

ประเภท/ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย/บาท
รายจ่ายค่าจ้างพนักงาน	124,357
ต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายคงที่ (การก่อสร้าง ที่ดิน เฟอร์นิเจอร์ อาคาร ฯลฯ)	1,820,400
ต้นทุนผันแปร ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน (ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ วัสดุอุปกรณ์)	279,309
รายจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	174,500

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.10 จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่ารายจ่ายแต่ละประเภทต่อเดือน เป็นดังนี้

ประมาณการรายจ่ายค่าจ้างพนักงานเฉลี่ย 124,357 บาทต่อเดือน ต้นทุนคงที่ค่าใช้จ่ายคงที่ (การก่อสร้าง ที่ดิน เฟอร์นิเจอร์ อาคาร ฯลฯ) เฉลี่ย 1,820,400 บาท ต้นทุนผันแปรค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน (ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ วัสดุอุปกรณ์) เฉลี่ย 279,309 บาท รายจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เฉลี่ย 174,500 บาทต่อเดือน

ตาราง 4.11 ประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย (ต่อเดือน) จากการสอบถามผู้ประกอบการ

รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	9	15.0
100,001-1,000,000 บาท	5	8.3
1,000,001-5,000,000 บาท	12	20.0
ไม่ตอบ	34	56.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.11 พบว่าประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ประมาณ 1,000,001-5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา ไม่เกิน 100,000 บาท ร้อยละ 15.0 และ 100,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 8.3

จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่ามีรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น

- แคมอาหารเข้าตามโปรโมชั่นพิเศษของโรงแรม
- มีการ์ด V.I.P สำหรับผู้มาใช้บริการประจำ
- ขายห้องพักรวมในรูปแบบลดราคา ในรูปแบบของคณะทัวร์ หรือ การจัดโครงการสัมมนาต่างๆ
- มีการจัดโปรโมชั่นช่วง Low Season เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- จัดกลุ่มทัวร์ครบ 10 คนแถม 1 คน และ ลดราคาห้องพัก

- เข้าร่วมโครงการกับหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โรงแรม เช่น ร่วมจัดงานกับหน่วยงานของทางรัฐบาล ช่วยประชาสัมพันธ์และจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP

- จัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลและประเพณีสำคัญในวันต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น

ส่วนที่ 2. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ

ตาราง 4.12 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ราคาห้องพัก	จำนวน/ราย	ร้อยละ
ราคาสูงขึ้น	8	13.3
ราคาใกล้เคียงกัน	36	60.0
ราคาถูกลง	12	20.0
ไม่ตอบ	4	6.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.12 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีราคาใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 60.0 โดยผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า เนื่องจากห้องพักคล้ายกัน เห็นว่า ราคาถูกลง ร้อยละ 20.0 และเห็นว่า ราคาสูงขึ้น ร้อยละ 13.3 โดยเห็นว่ามีการแข่งขันกันมากกว่าเดิม

ตาราง 4.13 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพัก (ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	11	18.3
เท่าเดิม	38	63.3
ลดลง	9	15.0
ไม่ตอบ	2	3.4
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.13 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนเท่าเดิม ร้อยละ 63.3 ร้อยละ 18.3 เห็นว่าเพิ่มขึ้นและ ร้อยละ 15.0 มีจำนวนลดลง เนื่องจาก เหตุการณ์คลื่นสึนามิ และ ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนทางใต้

ตาราง 4.14 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพัก (ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	9	15.0
เท่าเดิม	31	51.7
ลดลง	20	33.3
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.14 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 51.7 มีจำนวนเท่าเดิม เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่รับชาวต่างชาติ ต้องราคา

ห้องลงเมื่อมีการแข่งขัน และมีเหตุการณ์ไม่สงบทางภาคใต้ ร้อยละ 33.3 มีจำนวนลดลงเนื่องจากส่วนใหญ่ไม่รับนักท่องเที่ยวชาวไทย และเศรษฐกิจอยู่ในช่วงขาลง และร้อยละ 15.0 มีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจาก ทางโรงแรมมีโปรโมชั่นในการรองรับ นักท่องเที่ยว

ตาราง 4.15 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	11	18.3
เท่าเดิม	19	31.7
ลดลง	30	50.0
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.15 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 50.0 มีจำนวนลดลงเนื่องจาก เป็นช่วง Low Season ไม่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องของรัฐบาล และขาดการประชาสัมพันธ์ ประกอบกับความไม่สงบภายในประเทศ ร้อยละ 31.7 เห็นว่าเท่าเดิม และร้อยละ 18.3 มีจำนวนเพิ่มขึ้น

ตาราง 4.16 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	10	16.7
เท่าเดิม	22	36.7
ลดลง	28	46.6
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.16 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนลดลง ร้อยละ 46.6 เนื่องจาก เป็นช่วง Low Season และไม่นิยมเที่ยวในเมืองไทย ร้อยละ 36.7 เห็นว่า เท่าเดิม และร้อยละ 16.7 มีจำนวนเพิ่มขึ้น

ตาราง 4.17 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	11	18.3
เท่าเดิม	29	48.3
ลดลง	19	31.7
ไม่ตอบ	1	1.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.17 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนเท่าเดิม ร้อยละ 48.3 เนื่องจากจัดเป็นโปรแกรมไว้แล้ว มาเป็นกลุ่มทัวร์กำหนดเองไม่ได้ ร้อยละ 31.7 เห็นว่า ลดลง เนื่องจากเหตุการณ์สึนามิ และร้อยละ 18.3 มีจำนวนเพิ่มขึ้น

ตาราง 4.18 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	15	25.0
เท่าเดิม	32	53.3
ลดลง	12	20.0
ไม่ตอบ	1	1.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.18 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.3 มีจำนวนเท่าเดิม เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่รับชาวไทยและเป็นช่วง Low Season และ ร้อยละ 25.0 มีจำนวนเพิ่มขึ้น

ตาราง 4.19 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้รวมเฉลี่ย(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายได้รวม	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	13	21.7
เท่าเดิม	30	50.0
ลดลง	16	26.6
ไม่ตอบ	1	1.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.19 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้รวมเฉลี่ย(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.0 มีจำนวนเท่าเดิม เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ค่อยดี ร้อยละ 26.6 เห็นว่ามีจำนวนลดลง เพราะน้ำมันแพง เศรษฐกิจไม่ดี มีการแข่งขันในตลาดสูง และร้อยละ 21.7 เห็นว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น เพราะทางโรงแรมมีการจัดโปรโมชั่นอยู่ในการรองรับนักท่องเที่ยว

ตาราง 4.20 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้จากแต่ละประเภท(ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายได้	ค่าห้องพัก		ค่าอาหาร		บริการทัวร์		บริการพิเศษอื่นๆ	
	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	17	28.3	9	15.0	14	23.3	3	5.0
เท่าเดิม	34	56.7	33	55.0	25	41.7	32	53.3
ลดลง	8	13.3	14	23.3	14	23.3	21	35.0
ไม่ตอบ	1	1.7	4	6.7	7	11.7	4	6.7
รวม	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.20 รายได้จากแต่ละประเภทต่อเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเท่าเดิม โดยค่าห้องพัก ส่วนใหญ่เห็นว่าเท่าเดิม ร้อยละ 56.7 เนื่องจากมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาลแต่ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี เช่นเดียวกับ ค่าอาหาร(ร้อยละ 55.0) ค่าบริการทัวร์ (ร้อยละ 41.7) และ ค่าบริการพิเศษอื่น (ร้อยละ 53.3)

ตาราง 4.21 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจเรื่องประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย (ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	20	33.3
เท่าเดิม	29	48.3
ลดลง	10	16.7
ไม่ตอบ	1	1.7
รวม	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.21 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจเรื่องประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย (ต่อเดือน)เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.3 เห็นว่ามีจำนวนเท่าเดิม ร้อยละ 33.3 เห็นว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจาก มีคนรู้จักมากขึ้น เป็นที่รู้จักกันมากกว่าเดิม และร้อยละ 16.7 เห็นว่าลดลง เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

ตาราง 4.22 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายจากแต่ละประเภท (ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายจ่าย	ค่าจ้างพนักงาน		ค่าต้นทุนคงที่		ต้นทุนผันแปร		ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	
	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ	จำนวน/ราย	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	13	21.7	14	23.3	26	43.3	10	16.7
เท่าเดิม	39	65.0	36	60.0	24	40.0	28	46.7
ลดลง	3	5.0	3	5.0	6	10.0	14	23.3
ไม่ตอบ	5	8.3	7	11.7	4	6.7	8	13.3
รวม	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.22 จำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายจากแต่ละประเภท(ต่อเดือน)เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ในทุกประเภทเห็นว่ามีจำนวนเท่าเดิม เช่น ค่าจ้างพนักงานมีจำนวนเท่าเดิม ร้อยละ 65.0 เนื่องจากพนักงานมีจำนวนเท่าเดิม ค่าต้นทุนคงที่เท่าเดิม ร้อยละ 60.0 เพราะเป็นกิจการของผู้ประกอบการเอง ค่าต้นทุนผันแปรส่วนใหญ่เห็นว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 43.3 เนื่องจาก ค่าไฟ ค่าน้ำเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ร้อยละ 46.7 เห็นว่าเท่าเดิม

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมพิเศษในช่วงเทศกาล งานประเพณี และวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ งานเจ็ดร้อยเก้าปี สหรัปี่ใหม่เมือง ในเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา หรืองานอื่น ๆ ส่งผลกระทบต่อด้านใดบ้างกับกิจการโรงแรมของท่าน

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ได้ผลกระทบทางเศรษฐกิจในช่วงที่จัดงานดีขึ้น เนื่องจากเป็นรายได้พิเศษมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาพักมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงที่มีการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ โดยที่มีหน่วยงานของทางภาครัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมและประเพณีต่าง ๆ ทำให้ทางโรงแรมได้รายได้เพิ่มขึ้น และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดงานและประชาสัมพันธ์เอง

ในการศึกษา เรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ประเภทของกลุ่มโรงแรมต่างๆ กับตัวแปรต่าง ๆ ได้ผลดังนี้

ตาราง 4.23 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมกับจำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลการมาเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มโรงแรม	ประเภทการมาท่องเที่ยว		รวม/ราย
	นักท่องเที่ยวประเภททัวร์	นักท่องเที่ยวทัศนจร	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	12 36.4%	3 14.3%	15 27.8%
โรงแรมเรซิเดน	10 30.3%	10 47.6%	20 37.0%
โรงแรมรีสอร์ท	9 27.3%	1 4.8%	10 18.5%
เกสต์เฮ้าส์	2 6.1%	7 33.3%	9 16.7%
รวม	33 100.0%	21 100.0%	54 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.23 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทกลุ่มโรงแรมมีความสัมพันธ์กับประเภทการมาท่องเที่ยว โดยจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในเมืองย่านการค้าจะมีนักท่องเที่ยวประเภททัวร์มากกว่าโรงแรมกลุ่มอื่น ๆ (ร้อยละ 36.4) ขณะที่จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมกลุ่มโรงแรมเรซิเดนจะมีนักท่องเที่ยวทัศนจรมากกว่ากลุ่มโรงแรมอื่น ๆ (ร้อยละ 47.6)

ตาราง 4.24 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนของผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน

ประเภทกลุ่มโรงแรม	ปริมาณผู้เข้าพักต่อเดือน/คน				รวม/ราย
	ไม่เกิน 100 คน	101-500 คน	501-1,000 คน	1,001 คนขึ้นไป	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	1 10.0%	1 14.3%	3 33.3%	14 45.2%	19 33.3%
โรงแรมเรซิดเอน	1 10.0%	2 28.6%	6 66.7%	10 32.3%	19 33.3%
โรงแรมรีสอร์ท	7 70.0%	0	0	3 9.7%	10 17.5%
เกสต์เฮาส์	1 10.0%	4 57.1%	0	4 12.9%	9 15.8%
รวม	10 100.0%	7 100.0%	9 100.0%	31 100.0%	57 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.24 ผลการศึกษาพบว่าจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมในเมืองย่านการค้าจะมีปริมาณ ผู้เข้าพักต่อเดือน 1001 คนขึ้นไปมากกว่ากลุ่มโรงแรมประเภทอื่น (ร้อยละ 45.2) เพราะโรงแรมประเภทนี้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในย่านธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งโรงแรมประเภทนี้มีอยู่หลายแห่ง นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกพักที่มากขึ้น และโรงแรมประเภทรีสอร์ท มีผู้เข้าพักต่อเดือนน้อยที่สุด โดยมีผู้เข้าพักไม่เกิน 100 คน (ร้อยละ 70) เนื่องจากโรงแรมประเภทรีสอร์ทเป็นโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ไกลจากย่านธุรกิจการท่องเที่ยว การเดินทางไม่สะดวก รวมถึงราคาห้องพักและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาค่อนข้างสูง เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และต้องการสัมผัสกับธรรมชาติและทิวทัศน์ที่สวยงาม ทำให้โรงแรมกลุ่มรีสอร์ทมีปริมาณผู้เข้าพักต่อเดือนค่อนข้างน้อย และจำกัดเฉพาะกลุ่ม

ตาราง 4.25 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มโรงแรม	ราคาห้องพักในปัจจุบัน			รวม/ราย
	สูงขึ้น	ใกล้เคียง	ถูกลง	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	7 87.5%	6 16.7%	5 41.7%	18 32.1%
โรงแรมเรซิเดน	1 12.5%	14 38.9%	4 33.3%	19 33.9%
โรงแรมรีสอร์ท	0	10 27.8%	0	10 17.9%
เกสต์เฮ้าส์	0	6 16.7%	3 25.0%	9 16.1%
รวม	8 100.0%	36 100.0%	12 100.0%	56 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.25 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมในเมืองย่านการค้าส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักในปัจจุบันสูงขึ้น (ร้อยละ 87.5) เนื่องจากราคาห้องพักจะสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ การบริการที่เพิ่มความสะอาดสบายแก่นักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนโรงแรมเรซิเดนและโรงแรมรีสอร์ทและเกสต์เฮ้าส์ ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักในปัจจุบันใกล้เคียงกัน

ตาราง 4.26 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนของผู้ประกอบการจำแนกตามราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน)

ประเภทกลุ่มโรงแรม	ราคามาตรฐานของห้องพัก					รวม/ราย
	ตั้งแต่ 2500.- ขึ้นไป	1500 – 2499.-	1000- 1499.-	500- 999.-	ต่ำกว่า 500.-	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	3 33.3%	4 21.1%	11 27.9%	1 20.0%	0	19 32.2%
โรงแรมเรซิเดน	4 44.4%	9 47.4%	2 10.5%	2 40.0%	3 42.9%	20 33.9%
โรงแรมรีสอร์ต	0	5 26.3%	5 26.3%	0	0	10 16.9%
เกสต์เฮ้าส์	2 22.2%	1 5.3%	1 5.3%	2 40.0%	4 57.1%	10 16.9%
รวม	9 100.0%	19 100.0%	19 100.0%	5 100.0%	7 100.0%	59 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.26 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมเรซิเดนจะมีราคาห้องพักมาตรฐานต่อคืน ในระดับราคา 1,500 – 2,499 บาท (คิดเป็นร้อยละ 47.4) เท่ากับราคาห้องพักมาตรฐานที่ระดับราคา 1,000-1,499 บาท (ร้อยละ 47.4) เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน การตลาดของโรงแรมมีความหลากหลายของราคาห้องพักและการตกแต่งห้องพักที่ใกล้เคียงกันมากขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเข้าพักให้นักท่องเที่ยว

ตาราง 4.27 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายได้รวมเฉลี่ย (ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มโรงแรม	รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน			รวม/ราย
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	4 30.8%	8 26.7%	7 43.8%	19 32.2%
โรงแรมเรซิเดน	4 30.8%	13 43.3%	4 25.0%	21 35.6%
โรงแรมรีสอร์ท	0	9 30.0%	1 6.3%	10 16.9%
เกสต์เฮาส์	5 38.5%	0	4 25.0%	9 15.3%
รวม	13 100.0%	30 100.0%	16 100.0%	59 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.27 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม ประเภทเกสต์เฮาส์จะมีรายได้เฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นมากกว่าโรงแรมประเภทอื่น ๆ (ร้อยละ 38.5) เนื่องจากโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์เป็นโรงแรมที่พักขนาดเล็ก มีห้องพักจำนวนไม่มากและอยู่ในย่านการค้า ราคาห้องพักไม่สูงมากนัก ทำให้มีรายได้เฉลี่ยรวมสูงกว่าโรงแรมประเภทอื่น และที่สำคัญโรงแรมประเภทนี้ เสียค่าใช้จ่ายน้อยในการแข่งขันทาง การตลาด ทำให้มีรายจ่ายเฉลี่ยน้อยกว่าโรงแรมประเภทอื่น ขณะที่กลุ่มโรงแรมในเมืองย่านการค้าจะมีรายได้รวมเฉลี่ยลดลงมากกว่าโรงแรมประเภทอื่น ๆ (ร้อยละ 43.8) เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ห้องพักราคาสูงตามประเภท และมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงกว่า และโรงแรมส่วนใหญ่จะเห็นว่ารายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่าเดิม

ตาราง 4.28 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ย (ต่อเดือน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มโรงแรม	รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน			รวม/ราย
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	6 30.0%	8 27.6%	5 50.0%	19 32.2%
โรงแรมเรซิเดน	7 35.0%	11 37.9%	3 30.0%	21 35.6%
โรงแรมรีสอร์ท	2 10.0%	10 24.1%	1 10.0%	10 16.9%
เกสต์เฮ้าส์	5 25.0%	3 10.3%	1 10.0%	9 15.3%
รวม	20 100.0%	29 100.0%	10 100.0%	59 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.28 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมเรซิเดนจะมีรายจ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือนเพิ่มขึ้นสูงกว่าโรงแรมประเภทอื่น (ร้อยละ 35.0) และโรงแรมในเมืองย่านการค้า โรงแรมรีสอร์ท และเกสต์เฮ้าส์ส่วนใหญ่จะเห็นว่ารายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่าเดิมใกล้เคียงกัน

ตาราง 4.29 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักต่อเดือน ในช่วงฤดูท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบาย

ประเภทกลุ่มโรงแรม	จำนวนนักท่องเที่ยว			รวม	จำนวนนักท่องเที่ยว			รวม/ ราย
	นักท่องเที่ยว ชาวไทย				นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ			
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง		เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	2 22.2%	14 45.2%	3 15.0%	19 31.7%	4 36.4%	14 36.8%	1 11.1%	19 32.8%
โรงแรมเรซิเดน	5 55.6%	6 19.4%	10 50.0%	21 35.0%	6 54.5%	14 36.8%	0	20 34.5%
โรงแรมรีสอร์ท	1 11.1%	8 25.8%	1 5.0%	10 16.7%	0	7 18.4%	3 33.3%	10 17.2%
เกสต์เฮ้าส์	1 11.1%	3 9.7%	6 30.0%	10 16.7%	1 9.1%	3 7.9%	5 55.6%	9 15.5%
รวม	9 100.0%	31 100.0%	20 100.0%	60 100.0%	11 100.0%	38 100.0%	9 100.0%	58 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.29 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมประเภทเรซิเดนจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 55.6) ส่วนโรงแรมประเภทอื่น จะเห็นว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักมีสัดส่วนร้อยละที่เท่าเดิม

และผลการศึกษาพบว่าจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมประเภทเกสต์เฮ้าส์จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 55.6) ส่วนโรงแรมประเภทอื่น จะเห็นว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพักมีสัดส่วนร้อยละที่เท่าเดิม

ตาราง 4.30 เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพัก (ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบาย

ประเภทกลุ่มโรงแรม	จำนวนนักท่องเที่ยว			รวม	จำนวนนักท่องเที่ยว			รวม/ ราย
	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง		เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	
โรงแรมในเมืองย่านการค้า	3 30.0%	3 13.6%	13 46.4%	19 31.7%	4 36.4%	5 17.2%	10 52.6%	19 32.2%
โรงแรมเรซิเดน	2 20.0%	8 36.4%	11 39.3%	21 35.0%	4 36.4%	12 41.4%	5 26.3%	21 35.6%
โรงแรมรีสอร์ท	2 20.0%	6 27.3%	2 7.1%	10 16.7%	0	10 34.5%	0	10 16.9%
เกสต์เฮ้าส์	3 30.0%	5 22.7%	2 7.1%	10 16.7%	3 27.3%	2 6.9%	4 21.1%	9 15.3%
รวม	10 100.0%	22 100.0%	28 100.0%	60 100.0%	11 100.0%	29 100.0%	19 100.0%	59 100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.30 ผลการศึกษาพบว่าจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมประเภทย่านการค้าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงมากที่สุด (ร้อยละ 46.4) ส่วนโรงแรมประเภทอื่น จะเห็นว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักมีสัดส่วนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยยังไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวภายในประเทศมากนัก รวมทั้งสภาวะเศรษฐกิจ และเหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ

และผลการศึกษาพบว่าจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรมประเภทย่านการค้าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงมากที่สุด (ร้อยละ 52.6) ส่วนโรงแรมประเภทอื่น จะเห็นว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพักมีสัดส่วนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว รวมทั้งมีเหตุการณ์คลื่นสึนามิ

และความไม่สงบภายในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

ส่วนที่ 3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ จากการพิจารณาผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมได้รับผลกระทบที่ดีจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล มากเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 20.3 คือ

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

2. ได้รับความสำคัญเท่ากัน 3 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน ได้แก่

2.1 ส่งเสริมและพัฒนากิจการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย(Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

2.2 มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน(Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้ง พัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

2.3 เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว(E-TOURISEM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกันเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

อันดับสุดท้ายที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 19.7 ได้แก่

4. นโยบายส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวและเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

3.1 สรุปข้อเสนอแนะ จากการพิจารณาผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจ อุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

การวัดผลการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นวิธีที่ต้องอาศัยประสบการณ์ตรงค่อนข้างมาก ซึ่งหมายความว่า การปรับเปลี่ยนวิธีการวัดผลเป็นไปตามสถานการณ์ในขณะนั้น แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม หรือ ธุรกิจอื่น ๆ นอกจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐบาล และ เอกชนแล้ว ยังคงมีปัจจัยที่สำคัญต่าง ๆ เกี่ยวโยงกันไปด้วย

ธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาอาศัยการขนส่งระหว่างประเทศและการขนส่งภายในประเทศค่อนข้างมาก ถ้าหากการขนส่งล่าช้า มีเที่ยวบินน้อย ก็จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ แม้ว่าทุกหน่วยงานจะใช้งบประมาณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปมากน้อยเพียงใดก็ตาม แต่ปัจจัยสำคัญต้องอาศัยนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางก่อน จึงจะใช้บริการธุรกิจดังกล่าวได้ ไม่เหมือนกับการส่งสินค้าจากผู้ผลิตต้นทางไปยังผู้บริโภคปลายทาง

ในส่วนของคุณภาพของการทำงานของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น นอกเหนือจากปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้อีกหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยการแข่งขันทางการตลาด จากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สภาพอากาศ และความไม่สงบทางการเมือง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ในการลงทุนเพื่อทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว สิ่งที่อุตสาหกรรมโรงแรมหวังจะได้รับจากการลงทุนส่วนนี้ ก็คือ การที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักบริการทางการท่องเที่ยว และตัดสินใจเลือกซื้อบริการในที่สุด ซึ่งหมายความว่าในขั้นตอนสุดท้ายของคุณภาพในการดำเนินงานของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวก็คือการเพิ่มยอดขายนั่นเอง

อุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนในการดำเนินกิจการเริ่มแรกค่อนข้างสูง เช่น การลงทุนทำสนามบิน การลงทุนก่อสร้างถนนหนทาง การลงทุนก่อสร้างโรงแรม เป็นต้น แต่รสนิยมของนักท่องเที่ยวมักจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามกระแสโลก เช่น จากกระแสของผู้เข้าพักโรงแรมในเมือง (City hotel) มีลักษณะเป็นตึกสูง มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานตะวันตก ก็กลายมาเป็นโรงแรมประเภทรีสอร์ท ที่มีขนาดเล็กมาก และตัวอาคารออกแบบให้กลมกลืนไปกับธรรมชาติ ความนิยมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญทางการตลาดในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในแง่ของธุรกิจโรงแรมการลงทุนปรับเปลี่ยนโครงสร้างของโรงแรมเป็นเรื่องที่ทำได้ไม่ถนัด จึงอาจสรุปได้ว่าอุปสรรคของการวัดผลการดำเนินงานด้าน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงค่อนข้างจะลำบาก ที่จะวัดด้วยวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

นับได้ว่าอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างมากมาย จึงนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญยิ่งสำหรับเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามจากปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น กับ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายได้จัดตั้งขึ้น ยังคงมองเห็นความสำเร็จและความต่อเนื่องของนโยบายที่ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการดังกล่าว และ การแข่งขันทางการตลาด การตัดราคาเป็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถรักษาและเพิ่มคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นการทำลายอนาคตของอุตสาหกรรมโรงแรม แม้ว่าจะมีโรงแรมมาตรฐานระดับห้าดาวเพิ่มขึ้นในอนาคตอันใกล้ แต่อุตสาหกรรมโรงแรมก็ยังจำเป็นต้องรักษาและเพิ่มคุณภาพการบริการในทุกระดับ การศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรอาศัยกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่การตัดราคา เช่น การเพิ่มคุณค่าและคุณภาพของการบริการ การให้บริการที่แตกต่างกันออกไป หรือเพิ่มบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น การให้ข้อมูลวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในวิถีโอของโรงแรม หรือมีซิติเกี่ยวกับวัฒนธรรมโดยไม่คิดมูลค่า หรือการให้ขนมท้องถิ่นแทนการให้ช็อคโกแลต เป็นต้น

2. รัฐบาลควรมีการทำวิจัยเชิงพัฒนาสำหรับโรงแรมเพื่อพัฒนาระบบการบริหารรวมทั้งโปรแกรมด้านไอที โดยเฉพาะสำหรับโรงแรม SMEs สถาบันการศึกษาของรัฐควรร่วมมือกับสมาคมโรงแรมไทย พัฒนาการให้การศึกษาระดับอุดมศึกษานอกเวลาราชการด้านโรงแรมสำหรับบุคลากรในช่วงเวลาการทำงาน เพื่อพัฒนาตัวเองเป็นผู้บริหารระดับสูงได้ในอนาคต เพราะในปัจจุบันบุคลากรที่จบในปริญญาตรีด้านการโรงแรมจะเน้นองค์ความรู้ด้านการปฏิบัติงาน แต่การที่จะเป็นผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในระดับสูง จะต้องมีความรู้ด้านการลงทุน กฎหมาย การเงิน สารสนเทศ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับเครือข่ายนานาชาติในอุตสาหกรรมโรงแรม เป็นต้น ควรมีการวิจัยพัฒนาโปรแกรมเทคโนโลยีสารสนเทศ การปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เช่น การเก็บข้อมูลด้านเวลาการให้บริการเพื่อลดเวลาในการให้บริการ การศึกษาเกี่ยวกับบรรณนิยมและพฤติกรรมของผู้มาเยือนในแต่ละประเทศ เพื่อที่จะได้จัดบริการให้เหมาะสมและประทับใจนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ทั้งนี้อาจให้สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริหารและการบริการ รวมถึงการให้องค์กรชุมชนหน่วยงานท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรและเพื่อเพิ่มงาน และทำให้เกิดการกระจายรายได้

3. ผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการตลาด และหาตลาดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นตลาดในช่วงฤดูฝน เช่น ตลาดนักศึกษา ตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ตลาดสัมมนาซึ่งในเชียงใหม่ยังมี

สัดส่วนตลาดนี้ ค่อนข้างน้อย ตลาดนักท่องเที่ยวครอบครัว หรือนักเรียนที่ใช้หิมแพคเป็นจุดขาย

4. สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาเสียภาษีให้ถูกต้อง โดยคืนภาษีส่วนหนึ่งให้แก่สมาคมโรงแรมในการประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างกิจกรรมที่สร้างรายได้เพิ่มขึ้น

5. ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจนในเว็บไซต์ แผ่นพับ หรือเอกสารโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้เหมาะสม

6. รัฐบาลควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสมาคมโรงแรมไทยพัฒนาการให้การศึกษา ด้านการโรงแรมในระดับอุดมศึกษาสำหรับการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรมให้พัฒนาตัวเองเป็นผู้บริหารระดับสูงได้ในอนาคต เน้นการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้าน ภาษา และขนบธรรมเนียมสากลในการให้บริการ และเน้นภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้สมาคมโรงแรมภาคเหนือควรเป็นแกนกลางในการพัฒนาคุณภาพและบริการและบุคลากร เพื่อให้เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ

7. สมาคมโรงแรมและรัฐบาลควรจัดทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กับโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะภูเก็ต และชลบุรี และใช้ข้อมูลเพื่อกระตุ้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

8. รัฐบาลควรมีนโยบายการส่งเสริมให้โรงแรมไทยมีเครือข่ายนานาชาติ เพราะการที่โรงแรมไทยมีการขยายกิจกรรม “คู่สากล” อย่างมีเอกลักษณ์ไทย จะช่วยสร้างความต้องการสินค้าไทย และผลิตภัณฑ์พื้นเมือง (OTOP) ต่างๆ

3.2. ผลการศึกษาในความคิดเห็นด้านอื่นๆ จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม

โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีการดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองและช่วยสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ได้แก่ ช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าและงบประมาณบางส่วน ลดราคาห้องพัก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก และผลักดันให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น เช่น การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOF การจ้างแรงงานในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่แก่นักท่องเที่ยว

3.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการคิดว่าธุรกิจโรงแรมได้รับผลประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- ได้ผลประโยชน์ในบางส่วน
- ได้รับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น
- มีคนรู้จักโรงแรมมากขึ้น และมีผู้ให้บริการด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- มีรายได้เพิ่มขึ้น
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 60 ราย วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อ

1. เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงแรมประเภทโรงแรมเรซิเดนมากที่สุด รองลงมาเป็นโรงแรมในเมืองย่านการค้า ส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพักของโรงแรมขนาด 201- 300 ห้อง มาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน) คือ ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท และ ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท

การจำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Cost-conscious Tourist) มากที่สุด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวแบบผสม (Hybrid type of Tourist) และ นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมพิเศษ (Activity Seeker) ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นโสด (Single-Trip Tourist) และ นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) มีสัดส่วนน้อยที่สุด ประเภทของการมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนิยมท่องเที่ยวประเภททัวร์มากที่สุด โดยมีสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโรงแรม 5 อันดับแรก ได้แก่ คนไทย คนอังกฤษ คนญี่ปุ่น คนจีน และอเมริกา ตามลำดับ ปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน ส่วนใหญ่มีปริมาณ 1,001 คนขึ้นไปมากที่สุด

โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก 4 วันต่อคน โดยเข้าพักต่ำสุด 2 วันและเข้าพักสูงสุด จำนวน 8 วัน

สำหรับประมาณการรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของโรงแรมมีประมาณพบว่าอยู่ในช่วง 1,000,001-5,000,000 บาทมากที่สุด โดยมีรายได้ต่ำสุด 12,000 บาทต่อเดือน และโรงแรมขนาดใหญ่มี รายได้สูงสุดถึง 28 ล้านบาทต่อเดือน เมื่อแยกเป็นรายละเอียดพบว่า รายได้จากค่าห้องพัก เฉลี่ย 8,259,652 บาทต่อเดือน รายได้จากค่าอาหาร เฉลี่ย 8,389,439บาท ต่อเดือน รายได้จากบริการทัวร์ เฉลี่ย 87,059 บาท ต่อเดือน และรายได้จากบริการพิเศษอื่นๆ เฉลี่ย 27,150 บาท ต่อเดือน

สำหรับประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1,000,001-5,000,000 บาท เมื่อแยกเป็นรายละเอียดพบว่า รายจ่ายค่าจ้างพนักงานเฉลี่ย 124,357 บาทต่อเดือน ต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายคงที่ (การก่อสร้าง ที่ดิน เฟอร์นิเจอร์ อาคาร ฯลฯ) เฉลี่ย 1,820,400บาท ต้นทุนผันแปร ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน (ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ วัสดุอุปกรณ์) เฉลี่ย 279,309 บาท และรายจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เฉลี่ย 174,500 บาท ต่ำสุด 1,500 บาท สูงสุด 760,000 บาท

จากการสอบถามถึงผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทางโรงแรมมีรายการส่งเสริมการขายพิเศษต่าง ๆ เช่น แคมอาหารเช้าตามโปรโมชันพิเศษของโรงแรม มีการ์ด V.I.P สำหรับผู้มาใช้บริการประจำ ขายห้องพักเหมารวมในแบบลดราคา ในรูปแบบของคณะทัวร์ หรือ การจัดโครงการสัมมนาต่างๆ มีการจัดโปรโมชันช่วง Low Season เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จัดกลุ่มทัวร์ครบ 10 คน แคม 1 คน ลดราคาห้องพักลง เข้าร่วมโครงการกับหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โรงแรม เช่น ร่วมจัดงานกับหน่วยงานของทางรัฐบาล ช่วยประชาสัมพันธ์และจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP จัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลและประเพณีสำคัญในวันต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมเช่นวันสงกรานต์ วันลอยกระทง เป็นต้น

ผลการศึกษาดำเนินการก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มีต่อธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญเห็นในเรื่องราคาห้องพักปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีราคาใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 60.0 โดยผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า เนื่องจากห้องพักคล้ายกัน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับ

ช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจำนวนเท่าเดิม โดยเห็นว่า เนื่องจากน้ำมันขึ้นราคา และเป็นช่วงฤดูฝน

เปรียบเทียบจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โรงแรมจำแนกตามประเภทของกลุ่มโรงแรม กับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความคิดเห็นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักต่อเดือน ในช่วงฤดูท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบาย ส่วนใหญ่เห็นว่าเท่าเดิม เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่รับชาวต่างชาติ และต้องลดราคาห้องลงเมื่อมีการแข่งขัน และมีเหตุการณ์ไม่สงบทางภาคใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.0 เห็นว่าลดลง เนื่องจาก เป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ไม่มีนโยบายจากรัฐ และขาดการโปรโมตประกอบกับความไม่สงบในภาคใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก(ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่า ลดลง เนื่องจาก เป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว และคนไทยเลือกที่จะไม่มาท่องเที่ยวในเมืองไทย

สำหรับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่า เท่าเดิม เนื่องจากจัดเป็นโปรแกรมไว้แล้ว มาเป็นกลุ่มทัวร์กำหนดเองไม่ได้ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย(ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่าเท่าเดิมเช่นกัน เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่รับชาวไทยและเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว

ด้านประมาณการรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เห็นว่าเท่าเดิม เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ค่อยดี รายได้จากแต่ละประเภทต่อเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเท่าเดิม ทั้งค่าห้องพัก ค่าอาหาร ค่าบริการทัวร์ และ ค่าบริการพิเศษอื่น เนื่องจากมีการส่งเสริมจริงแต่เศรษฐกิจไม่ดี

ด้านประมาณการรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ เห็นว่าเท่าเดิม และร้อยละ 33.3 เห็นว่าเพิ่มขึ้นเนื่องจาก มีคนรู้จักมากขึ้น เป็นที่รู้จักกันมากกว่าเดิม โดยพบว่า รายจ่ายจากแต่ละประเภทต่อเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ในทุกประเภทเห็นว่าเท่าเดิม ทั้งค่าจ้างพนักงาน เนื่องจากพนักงานมีเท่าเดิม ค่าต้นทุนคงที่เท่าเดิม เพราะเป็นกิจการของตัวเอง แต่ด้านค่าต้นทุนผันแปรส่วนใหญ่เห็นว่าเพิ่มขึ้น เนื่องจากให้เหตุผลว่า ค่าไฟ ค่าน้ำเพิ่มขึ้น

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมพิเศษในช่วงเทศกาล งานประเพณี และวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ งานเจ็ดร้อยเก้าปี สหรีปีใหม่เมือง ในเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา หรืองานอื่น ๆ ส่วนใหญ่โรงแรมต่าง ๆ ได้ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เนื่องจาก ช่วยเพิ่มเป็นรายได้พิเศษทำให้มีแขกมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงที่มีการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมี นักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะคนต่างชาติ

จากผลการศึกษา พบว่า เมื่อเรียงอันดับธุรกิจโรงแรมที่ได้รับผลกระทบที่ดีจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล พบว่า นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2546-2549 ผู้ประกอบการเห็นว่า ธุรกิจโรงแรมที่ได้รับผลกระทบที่ดีจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล มากเป็นอันดับที่ 1 คือ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

อันดับสอง ได้รับความสำคัญเท่ากันใน 3 นโยบาย ได้แก่ ส่งเสริมและพัฒนาการค้าปลีกด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน และมุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน(Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด รวมทั้งเร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว(E-TOURISM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและ ป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และอันดับสุดท้ายที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ได้แก่ นโยบาย ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวและเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองและช่วยสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ได้แก่ ช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าและ

งบประมาณบางส่วน ลดราคาห้องพัก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้แขก และช่วยประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่แก่นักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่คิดว่า ธุรกิจโรงแรมได้รับผลประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ในบางส่วนเท่านั้น โดยได้รับ กลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีคนรู้จักโรงแรมมากขึ้น ทำให้มีผู้ใช้บริการด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่ผลการดำเนินการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังถือว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ไม่ต่อเนื่องและไม่สม่ำเสมอ ซึ่งขึ้นกับปัจจัยหลายด้าน เช่น อิทธิพลของฤดูกาล สภาพทาง เศรษฐกิจ สภาพทางการเมือง และ ความผันผวนของค่าเงินตราต่างประเทศ ซึ่งทางรัฐบาลควร มีนโยบายการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่อง และชัดเจนมากขึ้น รวมทั้งควรมีการ ดำเนินงานที่ชัดเจนเพิ่มขึ้นในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ทั้งยังต้องส่งเสริมและสนับสนุนปัจจัย อื่นที่เกื้อหนุนให้เกิดการท่องเที่ยวมากกว่านี้ เช่น การสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานและ สถาบันต่าง ๆ องค์กรและชุมชนท้องถิ่นให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครบ วงจร ทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง สนามบิน การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดความเสื่อมโทรม การ สร้างงานและเกิดการกระจายรายได้ที่ทั่วถึง ไม่เกิดการเพิ่มรายได้ที่กระจุกตัวเฉพาะบางหน่วยงาน และบางธุรกิจเท่านั้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรม โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” เมื่อพิจารณาผลการศึกษาแล้วพบว่า กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก โรงแรมส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัดส่วนถึง ร้อยละ 26 เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวตามเทศกาลและประเพณีสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงมี การประชาสัมพันธ์ให้มีการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบประหยัด และ นักท่องเที่ยวแบบ ผสม ขณะที่นักท่องเที่ยวตลาดบน นักท่องเที่ยวที่เป็น โสดและนักท่องเที่ยวสูงอายุยังมีสัดส่วน น้อยซึ่งกลุ่มดังกล่าวถือว่าเป็นลูกค้าชั้นดีที่มีกำลังในการใช้จ่ายสูง ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวยังมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นไม่มากนัก ดังนั้นทางโรงแรมและผู้ที่เกี่ยวข้องควรจัดทำการประชาสัมพันธ์กลุ่ม

ลูกค้าตลาดบนที่มีกำลังและอำนาจในการใช้จ่ายที่สูงเหล่านี้ให้มีความสนใจเข้าพักในโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า การดำเนินการก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐไม่มีความแตกต่างกันมากนักซึ่งส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นราคาห้องพัก จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นว่ามีความเท่าเดิม ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่เข้าพัก(ต่อเดือน) ในช่วงฤดูที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามีความลดลง เพราะเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ประกอบกับการขาดการโปรโมทที่ต่อเนื่อง การจัดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลยังไม่ต่อเนื่องและชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์เฉพาะช่วงแรก ๆ เท่านั้นและเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิถล่ม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่นิยมที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง และนักท่องเที่ยวชาวไทยเองไม่นิยมเที่ยวเมืองไทย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว เกิดภาวะน้ำมันแพง จึงเห็นได้ว่านโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวยังไม่บรรลุความสำเร็จ เนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามากระทบและการขาดประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เช่นเดียวกับการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาการเข้าพักและรายได้รวม รายจ่ายรวมของโรงแรมเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่ายังคงเท่าเดิม ในทุกด้าน

แต่ผู้ประกอบการยังมีความเห็นด้วยที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมพิเศษในช่วงเทศกาล งานประเพณี และวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ งานเจ็ดร้อยเก้าปีสระบุรีปีใหม่เมือง ในเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา หรืองานอื่น ๆ ส่วนใหญ่โรงแรมต่าง ๆ ได้ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เพราะช่วยเพิ่มรายได้พิเศษทำให้มีแขกมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงที่มีการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมี นักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะคนต่างชาติ

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่า ตลาดของโรงแรมและรีสอร์ทเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าตลาดล่างที่มีกำลังซื้อต่ำ และมีระยะเวลาพักสั้นเพียง 2 ถึง 3 วัน ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์เน้นกลุ่มลูกค้าตลาดบนและกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้นเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีกำลังซื้อสูงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเข้าพักได้ยาวนาน
2. ควรมีการกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานการให้บริการให้เป็นแบบเดียวกัน เพราะคุณภาพการบริการถือเป็นอาวุธสำคัญในการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมนอกจากจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้โรงแรมและรีสอร์ทแล้ว จะทำให้ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่เหนือกว่าและยังทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีเข้ามาใช้บริการซ้ำและมีการบอกต่อซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้และความมั่นคงให้กับธุรกิจโรงแรมมากขึ้น โดยควรอาศัยกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่การตัดราคามีการเพิ่มบริการที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป หรือเพิ่มบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยการปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการ เช่น ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบริบทและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าหลักที่มาเยือนในแต่ละประเทศ เพื่อจัดบริการให้มีความเหมาะสมและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
4. ผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มช่องทางการตลาดและหาตลาดใหม่ ๆ ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงฤดูฝน เช่น อาจเพิ่มตลาดนักศึกษา ตลาดสัมมนาเพื่อให้มีการใช้บริการเพิ่มรายได้ในระยะเวลาดังกล่าว
5. ควรเน้นการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านภาษาและขนบธรรมเนียมสากลในการให้บริการ
6. ในส่วนของภาครัฐควรใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรขอความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาคอุตสาหกรรมโรงแรม และคนในท้องถิ่น และมีการสำรวจการใช้บริการของกลุ่มลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและตรงกลุ่มเป้าหมายเพราะจากผลการศึกษาพบว่า นโยบายของรัฐ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์น้อยไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

บรรณานุกรม

กองวิจัยและสถิติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สรุปสถานการณ์โรงแรม ปี 2545**. ภาคเหนือ.

กรุงเทพฯ: กองวิจัยและสถิติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.

กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2545**.

กรุงเทพฯ: บริษัททออลิตี้ รีเสิร์จ จำกัด, 2545.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2542-2546** ภาคเหนือ.

กรุงเทพฯ: กองวิจัยและสถิติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

ทักษิณา คุณารักษ์. **การส่งเสริมการท่องเที่ยวเบื้องต้น**. เชียงใหม่: สาขาวิชาการท่องเที่ยว

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

มานิต ศิริมหาราช. "ผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรม". การค้นคว้าแบบอิสระ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.

วรรณ วลัยวานิช. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

สการินทร์ โพธิวาสวริน. "ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด

เชียงใหม่เปรียบเทียบกับระดับประเทศ". วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2536.

สุรีย์ บุญญาพงษ์. **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน**.

เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.

อังคณา ธนะชัยทวีทรัพย์. **ผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านขาย**

สินค้าที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. รายงานกระบวนวิชา 751409

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

Arkin, Herbert and Raymond Colton. **Tables for Statisticians**. New York: Barnes & Noble,

1963.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

วิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่

“ นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง (City of Life and Prosperity): เป็นเมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือน ในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับอาเซียน พร้อมกับเป็นประตูสู่การค้าการลงทุนสู่สากล”

ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก สร้างฐานเศรษฐกิจใหม่

1.1 พัฒนาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงและเอเชียใต้

1.2 สร้างฐานเศรษฐกิจใหม่ บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและความรู้ใหม่มุ่งสู่ Knowledge Based Economy

2. ประเด็นยุทธศาสตร์ปรับตัวเพื่อเพิ่มฐานมูลค่าเศรษฐกิจเดิม

2.1 สร้างงานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์และความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ สำหรับตลาดเฉพาะ โดยการนำวัฒนธรรมล้านนามาสร้างเอกลักษณ์และเรื่องราวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

2.2 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นพลังดึงดูดให้มาจากรักษาการท่องเที่ยวทั้งภายในกลุ่มจังหวัดและเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงและเอเชียใต้

2.3 ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร โดยสร้างความหลากหลายและกาบริหารการจัดการสมัยใหม่

3. ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืน สนับสนุนทั้งฐานเศรษฐกิจเดิมและเศรษฐกิจใหม่ให้ยั่งยืน

3.1 อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมล้านนา โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างความโดดเด่นและเชื่อมโยงสู่สากล

3.2 ดำรงความเป็นฐานทรัพยากรธรรมชาติโดยฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

3.3 สร้างความมั่นคงปลอดภัยในพื้นที่ชายแดนและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว

3.4 พัฒนาศักยภาพคนรุ่นใหม่เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาโดยขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาส

3.5 แก้ไขปัญหาความยากจน โดยใช้แนวพระราชดำริ “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง” ร่วมกับมาตรฐานการดำเนินงานตามนโยบายแก้ไขปัญหาคความยากจนที่รัฐบาลกำหนด

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่

เพื่อพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและภูมิภาคเอเชีย และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประชาชน โดยจะดำเนินการดังนี้

1. อนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเมือง
2. ควบคุมดูแลและสนับสนุนธุรกิจด้านการบริการและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
3. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ ให้เผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวางจนถึงระดับนานาชาติ
4. สนับสนุนการสร้างศูนย์การแสดงสินค้านานาชาติเพื่อเป็นตลาดการค้านานาชาติ โดยเน้นประเทศที่มีการเดินทางโดยเครื่องบินตรงสู่เชียงใหม่
5. สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ที่เป็นย่านเศรษฐกิจสำคัญของเมือง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

โดยมุ่งสู่ความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค โดยมุ่งเน้นและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้น่าอยู่ สอดคล้องกับการเป็นเมืองประวัติศาสตร์ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงให้มีความหลากหลายอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรมพัฒนาการท่องเที่ยวใหม่ รักษาความสะอาดพื้นที่เขตเมือง อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาศูนย์กลางคมนาคม พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอินโดจีน รวมถึงแนวทางการพัฒนาการสนับสนุนให้เอกชนหรือสถาบันการศึกษา จัดตั้งสถาบันฝึกอบรม มัคคุเทศก์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การบริการอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว ในอนาคตซึ่ง

เทศบาลนครเชียงใหม่ ได้ดำเนินโครงการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาท่องเที่ยวฯ อาทิ

- โครงการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว
- โครงการบริหารหอศิลป์วัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่
- โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลนานาชาติ
- โครงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยว
- โครงการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว
- โครงการเทศกาล Chiang Mai Mardi Grass
- โครงการเทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่

จากผลการดำเนินการตามโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ๆ ทำให้เทศบาลนครเชียงใหม่มีการพัฒนาและขยายตัวเรื่องการท่องเที่ยวขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งการขยายตัวของชุมชน สถานประกอบการ ธุรกิจร้านค้า รวมถึงสินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นที่รู้จักอย่างดีของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ส่งผลให้เทศบาลนครเชียงใหม่เป็นแหล่งที่พักและการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร กภัตตราคาร โรงแรม บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ร้านขายสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ และเป็นจังหวัดที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวอย่างสูง อุตสาหกรรมโรงแรมจึงเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดจำนวนและประเภทของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงตลาดในระดับต่าง ๆ การศึกษานี้จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้าง รูปแบบการแข่งขันและการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน และประเมินมูลค่าเพิ่มที่เก็บไว้ในประเทศของอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลของการศึกษานี้ได้มาจากการสัมภาษณ์โรงแรมและรีสอร์ท 83 เครือข่าย และรวบรวมงบการเงินของสถานประกอบการอีก 107 แห่ง ฐานข้อมูลกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของ

สำนักงานสถิติแห่งชาติซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ 103 ราย และฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ขนาดของอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทของจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีอุตสาหกรรมโรงแรมขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ เพราะมีจำนวนห้องพักในปี พ.ศ. 2545 ประมาณ 13,466 ห้อง หรือคิดเป็นร้อยละ 5.63 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ซึ่งมากเป็นอันดับ 4 ของประเทศ รองจากกรุงเทพฯ ภูเก็ต และชลบุรี ตามลำดับ

สำหรับการวัดขนาดของอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ อาศัยการวัดจากจำนวนสถานประกอบการและจำนวนห้องพัก ยอดขาย และการจ้างงานของอุตสาหกรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 จำนวนสถานประกอบการและจำนวนห้องพัก

ในปี พ.ศ. 2546 อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทของเชียงใหม่มีจำนวนโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด 188 แห่ง ซึ่งมีจำนวนห้องพักรวมกันทั้งหมด 14,696 ห้อง โดยเป็นห้องพักของโรงแรม 13,163 ห้อง ที่เหลืออีก 1,533 เป็นห้องพักของรีสอร์ท

หากจำแนกโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดตามจำนวนห้องพัก พบว่า มีโรงแรมขนาดใหญ่ (มีห้องพักตั้งแต่ 150 ห้องขึ้นไป) ทั้งหมด 25 แห่ง ซึ่งมีห้องพักรวมกันกว่า 7,000 ห้อง หรือประมาณร้อยละ 48 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดของอุตสาหกรรม สำหรับโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลาง (มีห้องพักตั้งแต่ 60 ถึง 149 ห้อง) มีทั้งสิ้น 50 แห่ง และมีจำนวนห้องพักรวมกันประมาณร้อยละ 32 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในอุตสาหกรรม ส่วนโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก (มีห้องพักน้อยกว่า 60 ห้อง) มีมากถึง 113 แห่ง แต่มีจำนวนห้องพักรวมกันแล้วไม่ถึง 3,000 กว่าห้อง หรือเพียงประมาณร้อยละ 20 ของจำนวนห้องพักในอุตสาหกรรมนี้ (ตารางที่ 1)

โรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ 4 อันดับแรก เมื่อพิจารณาจากจำนวนห้องพัก คือ โรงแรมโลตัสปางสวนแก้ว ซึ่งมีจำนวนห้องพักมากถึง 690 ห้อง รองลงมา คือ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ (576 ห้อง) โรงแรมเชอราตันเชียงใหม่ (526 ห้อง) และโรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า (445 ห้อง) ตามลำดับ

หากจำแนกโรงแรมและรีสอร์ทตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า มีโรงแรมและรีสอร์ทที่มีรูปแบบการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล (บริษัทมหาชน บริษัทห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และห้างหุ้นส่วนจำกัด) ทั้งหมด 104 แห่ง ส่วนโรงแรมและรีสอร์ทที่ไม่ได้จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของนิติบุคคลมี 84 แห่ง

เมื่อพิจารณาแหล่งที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 จะตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง และกระจายไปในอำเภออื่น ๆ เพียงเล็กน้อย เช่น อำเภอฝาง เชียงดาว แม่ริม แม่แตง เป็นต้น ซึ่งโรงแรมที่อยู่นอกอำเภอเมืองส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็ก (มีห้องพักน้อยกว่า 60 ห้อง) ทำให้ห้องพักของโรงแรมในเขตอำเภอเมืองมีสัดส่วนถึงร้อยละ 96 ของห้องพักโรงแรมทั้งหมด ส่วนรีสอร์ทนั้น ตั้งอยู่ในอำเภอแม่ริมมากที่สุด (ร้อยละ 26.92) รองลงมาคือ อำเภอเมือง หางดง สอด และแม่อาว ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 จำนวนโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2546 จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย

ประเภท	โรงแรม		รีสอร์ท		รวม	
	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ
นิติบุคคล	80	58.82	24	46.15	104	55.32
ไม่เป็นนิติบุคคล	56	41.18	28	53.85	84	44.68
รวม	136	100.00	52	100.00	188	100.00

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2546.

ตารางที่ 2 จำนวนโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2546 จำแนกตามอำเภอ

อำเภอ	โรงแรม				รีสอร์ท				รวม			
	จำนวน สถาน ประกอบ การ	ร้อยละ	จำนวน ห้อง	ร้อยละ	จำนวน สถาน ประกอบ การ	ร้อยละ	จำนวน ห้อง	ร้อยละ	จำนวน สถาน ประกอบ การ	ร้อยละ	จำนวน ห้อง	ร้อยละ
เมือง	115	84.56	12,655	96.14	9	17.31	197	12.85	124	65.96	12,852	87.45
ฝาง	9	6.62	263	2.00	2	3.85	86	5.61	11	5.85	349	2.37
แมริม	1	0.74	31	0.24	14	26.92	362	23.61	15	7.98	393	2.67
หางดง	1	0.74	25	0.19	7	13.46	255	16.63	8	4.26	280	1.91
เชียงดาว	3	2.21	61	0.46	1	1.92	80	5.22	4	2.13	141	0.91
แม่อาว	1	0.74	28	0.21	3	5.77	73	4.76	4	2.13	101	0.69
แม่แตง	1	0.74	18	0.14	1	1.92	60	3.91	2	1.06	78	0.53
คอยสะเก็ด	0	0.00	0	0.00	2	3.85	77	5.02	2	1.06	77	0.52
ฮอด	0	0.00	0	0.00	4	7.69	77	5.02	4	2.13	77	0.52
พร้าว	1	0.74	12	0.09	0	0.00	0	0.00	1	0.53	12	0.08
สะเมิง	0	0.00	0	0.00	1	1.92	56	3.65	1	0.53	56	0.38
สันทราย	0	0.00	0	0.00	1	1.92	55	3.59	1	0.53	55	0.37
จอมทอง	1	0.74	30	0.23	1	1.92	23	1.50	2	1.06	53	0.36
แม่แจ่ม	3	2.21	40	0.30	0	0.00	0	0.00	3	1.60	40	0.27
สารภี	0	0.00	0	0.00	2	3.85	40	2.61	2	1.06	40	0.27
แม่อน	0	0.00	0	0.00	1	1.92	39	2.54	1	0.53	39	0.27
สันป่าตอง	0	0.00	0	0.00	1	1.92	36	2.35	1	0.53	36	0.24
สันกำแพง	0	0.00	0	0.00	2	3.85	17	1.11	2	1.06	17	0.12
รวม	136	100.00	13,163	100.00	52	100.00	1,533	100.00	188	100.00	14,696	100.00

การแบ่งกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท

โดยทั่วไปแล้วการแบ่งกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทมักจะจำแนกจาก รูปแบบการบริหารจัดการราคาต่ำสุดของราคาประกาศขาย และระบบดาว

- จำแนกตามรูปแบบการบริหารจัดการ

เมื่อแบ่งโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามรูปแบบการบริหารจัดการจะได้ 3 กลุ่ม คือ โรงแรมอิสระ (Independent hotels) โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมนานาชาติ (International hotels chain) และ โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมไทย (Local hotels chain) โรงแรมอิสระ (Independent hotels) โรงแรมหรือรีสอร์ทอิสระซึ่งบริหารจัดการด้วยตัวเอง หรือไม่มีภาระผูกพันด้านการบริการจัดการกับโรงแรมหรือรีสอร์ทอื่นมีมากถึง 175 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 93 ของโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมดในเชียงใหม่ โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมนานาชาติ (International hotels chain) โรงแรมของรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งอยู่ในเครือของโรงแรมนานาชาติมี 4 แห่ง ได้แก่ โฟร์ซีซั่นรีสอร์ทเชียงใหม่ ซึ่งบริหารโดย Four Season เซอร่าตันเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเครือ Starwood (เดิมใช้ชื่อ เวสตินเชียงใหม่ แต่เปลี่ยนแบรนด์ในปี พ.ศ. 2546 กับบริษัทเดิม) โนวาเทลเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเครือ Accor ริดจิส ทำแพ ซึ่งอยู่ในเครือของ Rydges Hotel & Resort โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมของไทยมี 9 แห่ง ในเชียงใหม่ ได้แก่ อมารินคำ และอ่างขางเนเจอร์รีสอร์ท ซึ่งอยู่ในเครืออมารี อิมพีเรียลแม่ปิง อิมพีเรียลเชียงใหม่รีสอร์ท สป่า แอนด์ สปอตส์คลับ และยูเรเชียเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเครืออิมพีเรียล รอยัลปรีนเซสเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเครือคูคิต ดิเอ็มเพรส ปาร์ค โฮเทล และควาน์ทาวอินน์ อยู่ในเครือดิเอ็มเพรส

ที่นี้โรงแรมทั้งสามกลุ่มนี้ มีสมรรถนะที่แตกต่างกัน ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

จำแนกตามราคาต่ำสุดของราคาประกาศขาย

ในการแบ่งกลุ่มของโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ตามระดับราคาห้องพัก จะใช้ราคาต่ำสุดของราคาประกาศขายเป็นเกณฑ์ เพื่อสะดวกในการแบ่งกลุ่ม ซึ่งพบว่าโรงแรมและรีสอร์ทที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาท มีเพียง 8 แห่งหรือเพียงประมาณร้อยละ 4.26 ของจำนวนโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด และมีจำนวนห้องพักรวมกัน 1,590 ห้อง หรือเพียงร้อยละ 10.82 ของจำนวนห้องทั้งหมดและเป็นที่ยกเว้นว่า ร้อยละ 70 ของจำนวนโรงแรมและรีสอร์ท

ทั้งหมด หรือ ประมาณร้อยละ 53 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด มีราคาห้องพักต่ำกว่า 1,000 บาท

หากเปรียบเทียบกับโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่กับโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญอย่างจังหวัดภูเก็ตก็จะสะท้อนให้เห็นว่า โรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มิราคาห้องพักค่อนข้างต่ำ เพราะโรงแรมและรีสอร์ทในภูเก็ตที่มีราคาห้องพักเกิน 2,500 บาท มีถึง 82 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 30 หรือประมาณร้อยละ 57 ของจำนวนห้องพักของโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดภูเก็ตทั้งหมด (ตารางที่ 16) และเนื่องจากราคาห้องพักที่โรงแรมและรีสอร์ทสามารถขายได้มักจะต่ำกว่าราคาที่ประกาศ จึงยังทำให้ห้องพักส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในเชียงใหม่มีราคาต่ำวันแต่จะสามารถสร้างเอกลักษณ์หรือชื่อการค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งแล้วเรียกราคาห้องพักให้สูงขึ้น อย่างเช่น โพรซีชั่นรีสอร์ท เชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในโรงแรมที่มีสามารถขายห้องพักได้ในราคาที่สูงที่สุดในอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย

ตารางที่ 3 โรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2546 จำแนกตามราคาต่ำสุดของราคาประกาศ

ราคาต่ำสุดของ ราคาประกาศ ขาย	โรงแรม				รีสอร์ท			
	จำนวน สถาน ประกอบ การ	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	จำนวน สถาน ประกอบ การ	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ
2,500 .- ขึ้นไป	5	3.68	1,471	11.18	3	5.77	119	7.76
1,500-2,499.-	11	8.09	2,940	22.34	10	19.23	477	31.12
1,000-1,499 .-	16	11.76	1,724	13.10	11	21.15	234	15.26
500-999 .-	45	33.09	3}250	24.69	23	44.23	631	41.16
ต่ำกว่า 500 .-	59	43.38	3}778	28.70	5	9.62	72	4.70
รวม	136	100.00	13,163	100.00	52	100.00	1533	100.00

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546. และจากการสำรวจ

ตารางที่ 4 โรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตในปี พ.ศ.2546 จำแนกตามราคาห้องพัก

โรงแรมและ รีสอร์ทจำแนก ตามราคาห้องพัก ต่ำสุดของราคา ประกาศขาย	เชียงใหม่				ภูเก็ต			
	จำนวน โรงแรมและ รีสอร์ท	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	จำนวน โรงแรมและ รีสอร์ท	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ
2,500 บาทขึ้นไป	8	4.26	1,590	10.82	82	30.15	13,785	57.30
1,500-2,499 บาท	21	11.17	3,417	23.25	43	15.81	3,552	14.77
1,000-1,499 บาท	27	14.36	1,958	13.32	25	9.19	1,939	8.06
500-999 บาท	68	36.17	3,881	26.41	64	23.53	2,664	11.07
ต่ำกว่า 500 บาท	64	34.04	3,850	26.20	58	21.32	2,116	8.80
รวม	188	100.00	14,696	100.00	272	100.00	24,056	100.00

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2546.

จำแนกตามระบบดาว

หากจำแนกโรงแรมและรีสอร์ทในเชียงใหม่ตามระบบดาว พบว่า โรงแรมที่ถือว่าอยู่ในระดับ 5 ดาวอย่างแท้จริงมีเพียงหนึ่งแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ และโรงแรมมีระดับ 4 ดาว จำนวน 16 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของจำนวนโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด แต่โรงแรมส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 80 ของโรงแรมและรีสอร์ทในเชียงใหม่ทั้งหมด) อยู่ในกลุ่มโรงแรมราคาประหยัดที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว และเมื่อพิจารณาจากจำนวนห้องพักแล้ว โรงแรมในเชียงใหม่ระดับสี่ดาวขึ้นไปที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับบนได้นั้นก็มีจำนวนห้องพักรวมกันเพียงร้อยละ 27 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด

การจำแนกระบบดาวดังกล่าวนี้ ยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนที่ทุกโรงแรมตกลงใช้ร่วมกัน ดังนั้นการแบ่งในขั้นตอนนี้จึงเป็นการแบ่งโดยอาศัยคำบอกเล่าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเป็นหลักอย่างไรก็ดีในปี พ.ศ. 2546 สมาคมโรงแรมไทยได้มีการจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย โดยจัดแบ่งมาตรฐานเป็น 5 ระดับมาตรฐาน จากระดับมาตรฐานที่น้อยที่สุด คือ 1 ดาว ไปหาระดับมาตรฐานสูงสุด คือ 5 ดาว ซึ่งมีโรงแรมทั่วประเทศได้รับการจัดมาตรฐานแล้ว 86 แห่ง เป็นโรงแรมในเชียงใหม่ 18 แห่ง โดยโรงแรมที่ได้ระดับห้าดาวมี 1 แห่ง สี่ดาว 9 แห่ง สามดาว 7 แห่ง และสองดาว 1 แห่ง

ตารางที่ 5 โรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อจำแนกตามระดับดาวในปี พ.ศ. 2546

ระดับดาว	จำนวนโรงแรม (แห่ง)	ร้อยละ	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ร้อยละ
ระดับ 5 ดาว	1	0.5	80	0.5
ระดับ 4 ดาว	16	8.5	3,880	26.4
ระดับ 3 ดาว	17	9.0	3,856	26.2
ระดับต่ำกว่า 3 ดาว	154	81.9	6,880	46.8
รวม	188	100.00	14,696	100.00

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

จากการแบ่งกลุ่มโรงแรมตามราคาห้องพัก และดาว ดังกล่าวข้างต้น ทำให้เราเห็นภาพรวมด้านราคาห้องพักของอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในเชียงใหม่ที่ส่วนใหญ่มีราคาห้องพักต่ำ และหากมองเชื่อมโยงไปถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมโรงแรม ก็พบว่าอุตสาหกรรมเหล่านั้นยังไม่พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวตลาดบน เช่น อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารมีภัตตาคารหรูไม่มากนัก และอุตสาหกรรมเช่าไม่มีรถลีมูซีน (รถลีมูซีนมีให้บริการเฉพาะที่ทำอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่) ทำให้บริษัทนำเที่ยวหลายรายตัดเชียงใหม่ออกจากโปรแกรม นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวป่าเชียงใหม่ส่วนใหญ่จึงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระดับกลางถึงล่าง ซึ่งมีระยะเวลาพักเฉลี่ยที่สั้น และค่าใช้จ่ายในด้านที่พักต่ำ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่อง

ผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

1. เอกสารฉบับนี้เป็นเอกสารประกอบการศึกษา การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาโท (ภาคพิเศษ) สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามแบบสอบถามนี้ โดยท่านไม่ต้องระบุชื่อและที่อยู่ของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของการวิจัยจึงขอความกรุณาท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และตามความคิดเห็นของท่านเอง ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ข้อมูล มา ณ ที่นี้

2. กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตามความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1.ประเภทของกลุ่มโรงแรม

- () 1. โรงแรมในเมืองย่านการค้า
- () 2. โรงแรมเรซิเดน
- () 3. โรงแรมรีสอร์ท
- () 4. เกสต์เฮ้าส์

2.จำนวนห้องพักทั้งหมดของโรงแรม.....ห้อง

3.ราคามาตรฐานของห้องพัก (ต่อคืน)

- () 1. ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป
- () 2. ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท
- () 3. ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,000 – 1,499 บาท
- () 4. ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 500 - 999 บาท
- () 5. ห้องเดี่ยวราคาต่ำกว่า 500 บาทลงมา

4.ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Cost – concious tourist)
- () 2. นักท่องเที่ยวตลาดบน (Up - market tourist)
- () 3. นักท่องเที่ยวเยาวชน (Young tourist)
- () 4. นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourist)
- () 5. นักท่องเที่ยวที่เป็น โสด (Single – Trip tourist)
- () 6. นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมพิเศษ (Activity Seeker)
- () 7. นักท่องเที่ยวประเภทรักธรรมชาติ (Nature lover)
- () 8. นักท่องเที่ยวแบบผสม (Hybrid type of tourist)

5. ประเภทของการมาท่องเที่ยว

- () 1. กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภททัวร์
- () 2. กลุ่มนักท่องเที่ยวทัศนจร

6. สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรม (5 อันดับแรก)

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

7.ปริมาณของผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน / คน.....

8.ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพัก.....วัน/ คน

9.รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ.....บาท

รายได้จากแต่ละประเภทต่อเดือน

9.1 รายได้จากค่าห้องพัก.....บาท

9.2 รายได้จากค่าอาหาร.....บาท

9.3 รายได้จากบริการทัวร์.....บาท

9.4 รายได้จากบริการพิเศษอื่น ๆ.....บาท

10. รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ.....บาท

รายจ่ายจากแต่ละประเภท

10.1 รายจ่ายค่าจ้างพนักงาน..... บาท

10.2 ต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายคงที่ (ต้นทุนในการก่อสร้าง, ที่ดิน,เฟอร์นิเจอร์, อาคารฯลฯ)
 ประมาณ.....บาท

10.3 ต้นทุนผันแปร ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน (ค่าไฟ, ค่าน้ำ, ค่าโทรศัพท์, วัสดุอุปกรณ์) ประมาณ.....บาท

10.4 รายจ่ายในค่าใช้จ่ายอื่น ๆบาท

11. รายการส่งเสริมการขายของโรงแรมในช่วงที่ผ่านมา

.....

.....

.....

.....

**ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการก่อนและหลังที่จะมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
 ภาครัฐ**

1. ราคาห้องพักในปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() ราคาสูงขึ้น

เนื่องจาก.....

() ราคาใกล้เคียงกัน

เนื่องจาก.....

() ราคาถูกลง

เนื่องจาก.....

2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับ
 ช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

3. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วง
 ก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

4. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

5. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก (ต่อเดือน) ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

7. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อคน) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

8. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

รายได้จากแต่ละประเภทต่อเดือน

8.1 รายได้จากค่าห้องพัก เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

() เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

() เท่าเดิม เนื่องจาก.....

() ลดลง เนื่องจาก.....

8.2 รายได้จากค่าอาหาร เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

8.3 รายได้จากบริการทัวร์ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

8.4 รายได้จากบริการพิเศษอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

9. รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

รายจ่ายจากแต่ละประเภท

9.1 รายจ่ายค่าจ้างพนักงาน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

9.2 ต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายคงที่ (ต้นทุนในการก่อสร้าง , ที่ดิน,เฟอร์นิเจอร์, อาคาร ฯลฯ)
เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
 () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
 () ลดลง เนื่องจาก.....

9.3 ต้นทุนผันแปร ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงาน (ค่าไฟ , ค่าน้ำ , ค่าโทรศัพท์ ,
วัสดุอุปกรณ์) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
- () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
- () ลดลง เนื่องจาก.....

9.4 รายจ่ายในค่าใช้จ่ายอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

- () เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....
- () เท่าเดิม เนื่องจาก.....
- () ลดลง เนื่องจาก.....

10. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมพิเศษในช่วงเทศกาลงานประเพณี และวันสำคัญต่างๆ อาทิ งานเจ็ดร้อยเก้าปี สหรัถีปีใหม่เมือง ในเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา หรืองานอื่นๆ ส่งผลกระทบต่อด้านใดบ้างกับกิจการโรงแรมของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3. ข้อมูลเสนอแนะ

ธุรกิจโรงแรมของท่านได้รับผลกระทบที่ติดกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ในข้อใดมากที่สุด (เรียงตามลำดับ 1 – 5)

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 - 2549

() 1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

() 2. ส่งเสริมและพัฒนากิจการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

() 3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทุกระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

() 4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้ง พัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

() 5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-TOURISM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

2. ทางโรงแรมของท่านมีการดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนอง และช่วยสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

3. ท่านคิดว่าธุรกิจโรงแรมของท่านได้รับประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นางสาวเนตรนภา ปาละธรรม

วัน เดือน ปี เกิด

23 กันยายน 2520

ประวัติการศึกษา

- ระดับประถมศึกษา โรงเรียนเทพดินทร์วิทยา
- ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนวัดโนทัยพายัพ
- สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

- แผนกส่งเสริมการขาย บริษัทสรรพสินค้า เซ็นทรัล จำกัด
- ธุรกิจส่วนตัว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved