

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 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลหรือกระตุ้นให้มียกนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นราคาห้องพัก จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามียกนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สาเหตุหลักผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า เกิดจากนโยบายของ

รัฐบาลยังไม่มีอย่างต่อเนื่องและชัดเจน ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเกิด เหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิ ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะไม่มาท่องเที่ยวเมืองไทยในช่วงเวลาดังกล่าว ประกอบกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่นิยมท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดจนเศรษฐกิจชะลอตัวและเกิดภาวะน้ำมัน ขึ้นราคา และเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว แต่ในภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยที่มี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่นการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ เพราะจะ ช่วยเพิ่มให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น



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

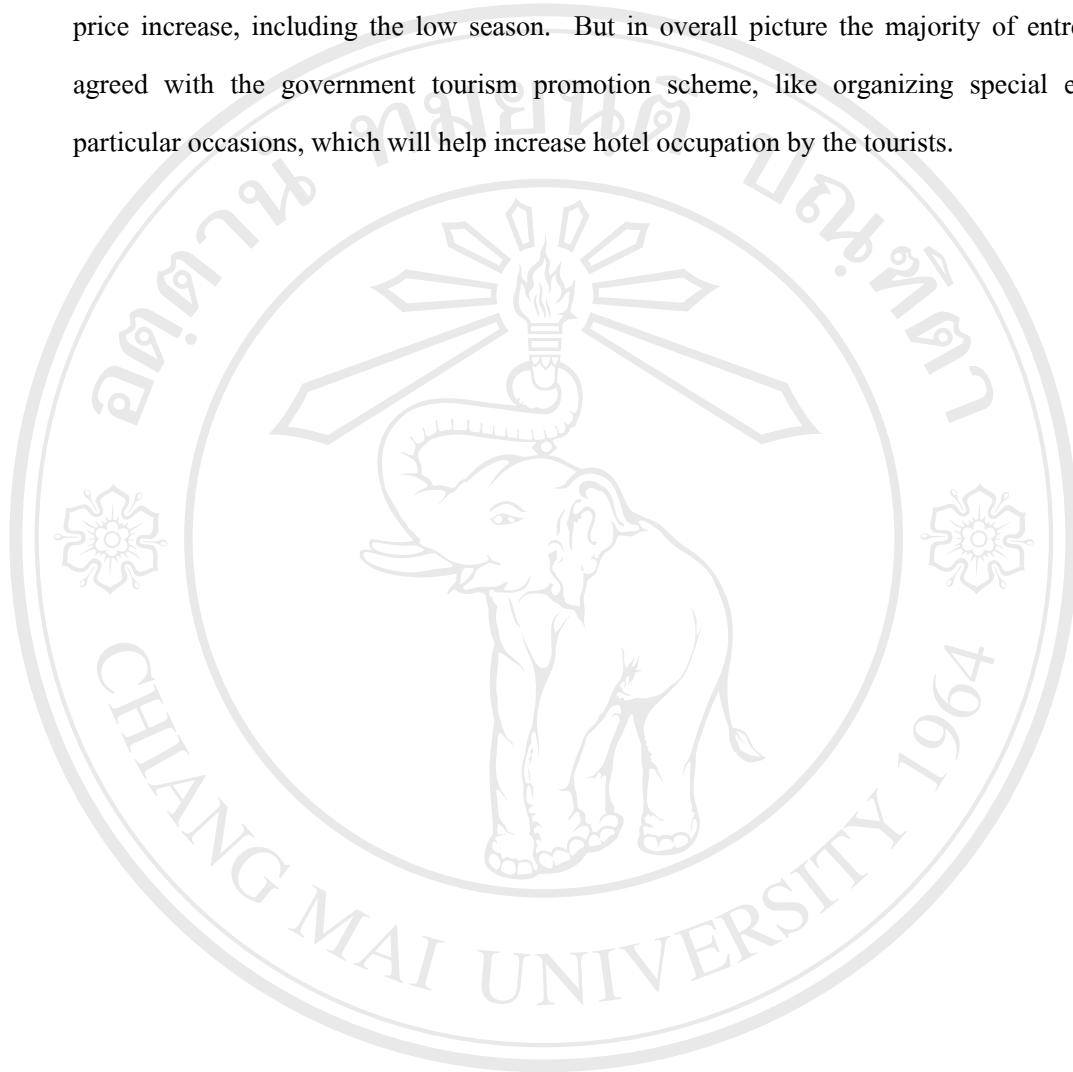
**ABSTRACT**

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