

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวของโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และการเมือง การศึกษครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มบุคลากรของโรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในตำแหน่งเจ้าของกิจการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้จัดการ หัวหน้างาน จำนวน 140 คน ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่ อยู่ในเกณฑ์ห้องพักราคาต่ำกว่า 500 บาท มีรูปแบบการดำเนินงานของโรงแรมคือเป็นโรงแรมอิสระที่ไม่ได้อยู่ในเครือโรงแรม รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายเป็นบริษัทจำกัด ทั้งนี้ส่วนใหญ่ไม่มีสัดส่วนการถือหุ้นของชาวต่างชาติ เปิดให้บริการของโรงแรมเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปี มีจำนวนพนักงานทั้งหมดต่ำกว่า 30 คน มีจำนวนห้องพักของโรงแรมระหว่าง 51 – 100 ห้อง สัดส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเฉลี่ยร้อยละ 59.8 และลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติ เฉลี่ยร้อยละ 44.5 และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของโรงแรมเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก โดยได้รับผลกระทบด้านอัตราการเข้าพัก ร้อยละ 86.4 อัตราการสำรองห้องพัก ร้อยละ 85.0 ด้านลูกค้าชาวไทยลดลง ร้อยละ 66.4 ด้านลูกค้าชาวต่างชาติลดลง ร้อยละ 80.7 ด้านรายได้โดยรวมของโรงแรม ร้อยละ 85.0 ด้านเงินทุน ร้อยละ 54.3 และด้านการบริการของโรงแรม ร้อยละ 82.1 อีกทั้งในด้านการดำเนินงานกิจการมีผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้อยละ 9.3 ได้รับผลกระทบโดยมีการขายหุ้น และการเปลี่ยนโอนเจ้าของ/เปลี่ยนเจ้าของ ขณะเดียวกันยังส่งผลกระทบต่อการจ้างพนักงานในโรงแรม ถึงร้อยละ 40.0 ซึ่งมีการปรับลดชั่วโมงการทำงาน และปรับลดจำนวนการจ้างพนักงานลง

กลยุทธ์ในการปรับตัวของโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และการเมือง พบว่า ธุรกิจโรงแรมได้มีการดำเนินการปรับปรุงรูปแบบ และการตกแต่งห้องพักให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จัดกิจกรรมหรือเทศกาลพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการของโรงแรม ปรับราคาห้องพักตามฤดูกาลหรือระดับความต้องการใช้บริการของลูกค้า บริการรับจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมเอง มีการขายห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีเว็บไซต์ของโรงแรมเพื่อขอให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ และข่าวสารต่างๆ ของโรงแรม มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น และมีการร่วมเป็นพันธมิตรกับคนกลางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโรงแรมหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

The study entitled, “Effect of Economic Crisis on Hotel Industry in Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province”, aimed to study the impact of economic crisis on hotel industry in Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province and to examine the adjustable strategies of the hotels in Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province under the economic and political crisis circumstances. It was a quantitative study employing questionnaire to collect data from 140 hotel personnel in Muang Chiang Mai District, namely, the hotel owners, share managers, managers, and chief employees. The results were as follows:

The majority of the hotel industry samples in Muang Chiang Mai District were in the criteria of accommodation below 500 Baht. The hotels were operated independently without involving in the hotel group business and legally established as the company limited. Most of them did not have foreign shares. The hotels had been opened for more than 15 years, had less than 30 employees, and had 51-100 hotel rooms. The customers were mostly Thai, averagely 59.8% and foreigners averagely 44.5%. The main target customers of the hotels were both Thai and foreign tourists.

According to the impact of economic crisis on hotel industry in Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, it was found that most of the hotels in Muang Chiang Mai District affected from the world economic crisis. To clarify, they were affected in terms of hotel occupancy 86.4%, hotel room reservation 85.0%, a decline of Thai customers 66.4%, a decrease of foreign customers 80.7%, overall hotel income 85.0%, capital 54.3% and hotel service 82.1%. Moreover, 9.3% of the hotel owners were affected since they sold their business shares and the hotel owners were changed. Besides, 40.0% of employees were also affected by reducing the working hours and resizing the employees.

In addition, regarding the adjustable strategies of the hotels in Muang Chiang Mai District, Chiang Mai Province under the economic and political crisis, the study showed that the hotel industry had improved the hotel rooms and decoration to be in line with the target groups' demand. Activities or special events were arranged to attract customers to come to the hotels. Furthermore, the hotel room rate was altered due to seasons or the customers' demand. The hotel room reservation was able to book via the hotels' website. The hotel rooms were sold via tourism agencies. There was also the hotel website to inform the hotel's service and information. The employees were trained to gain knowledge, capability, and skills for a better service. Finally, the hotels joined the middle man alliance in dealing in the hotel's products or other tourism products.