



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการการประเมินกลยุทธ์ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจ
โรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0

Evaluations of i-Hotel Strategic Development and Hotel Site
Suitability along the East Coast Based on Thailand 4.0

ดร.รุ่งอาทิตย์ บูชาอินทร์

ดร.กฤษณ์ย์นัณณ์ เจริญจิตร

โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้
จากเงินอุดหนุนรัฐบาล (งบประมาณแผ่นดิน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 (เพิ่มเติม)

มหาวิทยาลัยบูรพา

รหัสโครงการ 555424

สัญญาเลขที่ 16/2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการการประเมินกลยุทธ์ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจ
โรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0

Evaluations of i-Hotel Strategic Development and Hotel Site
Suitability along the East Coast Based on Thailand 4.0

ดร.รุ่งอาทิตย์ บูชาอินทร์

ดร.กฤษณ์ย์ เจริญจิตร

คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มีนาคม พ.ศ. 2562

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้จากเงินอุดหนุนรัฐบาล (งบประมาณแผ่นดิน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 (เพิ่มเติม) มหาวิทยาลัยบูรพา ผ่านสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ เลขที่สัญญา 16/2560

Acknowledgment

This work was financially supported by the Research Grant of Burapha University through National Research Council of Thailand (Grant no. 16/2560).

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม บริเวณชายฝั่งตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ และ 2) ประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสานวิธี ระหว่างการวิจัยโดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยแบบลำดับชั้น (AHP) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม บริเวณชายฝั่งตะวันออก การวิจัยเชิงปริมาณได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับมาก ปานกลาง และน้อย จำนวน 156 โรงแรม เพื่อเก็บข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของโรงแรม ด้านปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม และด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารโรงแรม จำนวน 18 คน เพื่อหาแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel

ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง มีพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 7.53 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูงมีทั้งหมด 99 โรงแรม อยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดชลบุรี จำนวน 58 โรงแรม จังหวัดระยอง จำนวน 41 โรงแรม พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง มีพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 58.12 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลางมีทั้งหมด 154 โรงแรม อยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดชลบุรี จำนวน 32 โรงแรม จังหวัดระยอง จำนวน 47 โรงแรม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 57 โรงแรม และจังหวัดตราด จำนวน 18 โรงแรม และพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ มีพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 34.35 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำมีทั้งหมด 4 โรงแรม ซึ่งอยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดตราดทั้งหมด

ด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรมแถบชายฝั่งตะวันออก พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในด้านการตลาด (4P) มากที่สุด ($\bar{x} = 3.24$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านการจัดการองค์กร ($\bar{x} = 3.18$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 3 เป็นด้านการพัฒนาเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ($\bar{x} = 3.12$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 4 เป็นด้านการจัดการทรัพยากร ($\bar{x} = 3.07$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายเป็นด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ($\bar{x} = 2.95$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

โดยจากผลการวิจัยพบว่าจากการนำกลยุทธ์ i-Hotel ไปใช้ในธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการสามารถทำให้ผลประกอบการของโรงแรมดีขึ้น มีผู้ใช้บริการมากขึ้น และสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการบอกต่อ หรือกลับมาพักซ้ำ

คำสำคัญ : โรงแรมอัจฉริยะ / การส่งเสริมการตลาด / ภูมิสารสนเทศ / ประเทศไทย 4.0 / ชายฝั่งภาคตะวันออก

Abstract

The objectives of this research were to: 1) evaluate the potential of the hotel location in Eastern Coast by applying the mathematical model with geo-informatics data and 2) to evaluate and make recommendations on the development of business promotion strategies of hotel groups in the study area under the application of Geo-Informatics and i-Hotel technology by using the integrated research methodology between research using Geo-Informatics technology and analysis of weighted factors or Analytic Hierarchy Process (AHP) to analyze the potential of the suitable site of the hotels along the Eastern coast. To quantitative research, the data were collected from the sample group of 156 hotels in the high suitability area, medium suitability area, and low suitability area in order to find out the data concerning general characteristics of the hotels, factors affecting the location of the hotel business, and the application of i-Hotel technology in hotel management. To qualitative research, in-depth interviews were conducted with 18 hotel executives to find strategies for the development of the hotel business under the application of Geo-Informatics and i-Hotel technology.

The study findings indicated that the area with the most suitability area was only 7.53 percent of the total area. 99 hotels were evaluated as the hotels the high suitability area where 58 hotels were in the coastal area of Chonburi and 41 hotels were in Rayong. The medium suitability area was only 58.12 percent of the total area. There were 154 hotels evaluated as the hotel with the medium suitability area where 32 hotels were in Chonburi, 47 in Rayong, 57 in Chanthaburi, and 18 in Trat. In addition, low suitability area was only 34.35 percent of the total area. All 4 hotels located in the coastal area of Trat were evaluated in the low suitability area.

In the application of i-Hotel technology in hotel management in the Eastern Coast, the sample group of hotels had applied i-Hotel technology in marketing (4P) the most ($\bar{x} = 3.24$) which was of moderate significance. This was followed by organizational management ($\bar{x} = 3.18$), which was also of moderate significance. The third rank was the development of i-Hotel technology for driving the country to Thailand 4.0 ($\bar{x} = 3.12$), which was of moderate significance. The fourth rank was resource management ($\bar{x} = 3.07$) which was of moderate significance. The final rank was the coordination with external agencies ($\bar{x} = 2.95$) which was also of moderate significance.

Based on the results of the research, it was found that entrepreneurs' implementing i-Hotel strategy in the hotel business could improve hotel performance. There was the increase in hotel users. This strategy could impress the users to repurchase or spread word of mouth about the hotel.

Key words: Intelligent hotel/ Marketing Promotion/ Geo-Informatics/ Thailand 4.0/
Eastern coast

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญเรื่อง.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ธุรกิจโรงแรม และการจำแนกประเภทโรงแรม.....	7
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's).....	10
การบูรณาการระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม.....	10
i-Hotel (Intelligent Hotel Marketing and Management).....	13
เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ.....	15
การประยุกต์ภูมิสารสนเทศในการเลือกทำเลที่เหมาะสมในการจัดตั้งธุรกิจ.....	15
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	17
การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม.....	18
การประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจ ของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี.....	19
i-Hotel.....	19
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	20
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	22
4 ผลการวิจัย.....	23
ผลการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก.....	23
ผลการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) แบบการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น..... (Analysis Hierarchical Process : AHP).....	34

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลการประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site..... Suitability Mapping).....	37
ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ.....	85
ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	92
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
สรุปผลการวิจัย.....	99
สรุปผลการประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site..... Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งตะวันออก.....	99
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research).....	100
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research).....	100
อภิปรายผลการวิจัย.....	103
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	103
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	104
เอกสารอ้างอิง.....	105
ภาคผนวก	107
ประวัติย่อ่นักวิจัยและคณะ.....	116

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2-1	ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านจัดสรร	16
3-1	ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม.....	18
4-1	รายชื่อโรงแรมในแต่ละจังหวัดจากการสำรวจบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก.....	25
4-2	ค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยรองพร้อมวิเคราะห์ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์..	35
4-3	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ.....	37
4-4	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และ..... ศูนย์การค้า.....	39
4-5	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากโรงพยาบาล.....	41
4-6	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายหลัก.....	43
4-7	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายรอง.....	45
4-8	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร.....	47
4-9	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสนามบิน.....	49
4-10	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์.....	51
4-11	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟ.....	53
4-12	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ.	55
4-13	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม....	57
4-14	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทาง..... ประวัติศาสตร์.....	59
4-15	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	61
4-16	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย.....	63
4-17	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก.....	65
4-18	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยความหนาแน่นของชุมชน.....	67
4-19	ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีตำรวจ.....	69
4-20	ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ทั้ง 3 ระดับ.....	71
4-21	รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูง.....	73
4-22	รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลาง.....	77
4-23	รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำ.....	83
4-24	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดที่พัก.....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	86
4-26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาห้องพัก.....	86
4-27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	87
4-28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับมาตรฐานโรงแรม.....	87
4-29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจ โรงแรม.....	87
4-30 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม.....	88
4-31 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการ... จัดการโรงแรม.....	89
4-32 ประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel.....	91
4-33 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก และลักษณะทั่วไปของโรงแรม.....	92

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา.....	3
1-2 แนวทางความคิดในการทำวิจัย.....	4
1-3 กรอบแนวทางในการดำเนินการวิจัย.....	5
2-1 ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการ..... โรงแรมและการท่องเที่ยว.....	11
3-1 แผนผังการดำเนินการวิจัย.....	17
4-1 แผนที่เส้นทางการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก.....	24
4-2 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมทั้งหมดที่ทำการสำรวจ ตามแนวชายฝั่งทะเลตะวันออก.....	33
4-3 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ ในพื้นที่ศึกษา.....	38
4-4 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า..... ในพื้นที่ศึกษา.....	40
4-5 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากโรงพยาบาล ในพื้นที่ศึกษา.....	42
4-6 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายหลัก ในพื้นที่ศึกษา.....	44
4-7 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายรอง ในพื้นที่ศึกษา.....	46
4-8 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร ในพื้นที่ศึกษา....	48
4-9 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสนามบิน ในพื้นที่ศึกษา.....	50
4-10 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์ ในพื้นที่ศึกษา...	52
4-11 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟ ในพื้นที่ศึกษา.....	54
4-12 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ใน.... พื้นที่ศึกษา.....	56
4-13 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ ใน..... พื้นที่ศึกษา.....	58
4-14 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในพื้นที่ศึกษา.....	60
4-15 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ใน... พื้นที่ศึกษา.....	62
4-16 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย ในพื้นที่ศึกษา.....	64
4-17 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก ในพื้นที่ศึกษา.....	66
4-18 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยความหนาแน่นของชุมชน ในพื้นที่ศึกษา.....	68
4-19 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีตำรวจ ในพื้นที่ศึกษา.....	70
4-20 แผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ทั้ง 3 ระดับ ในพื้นที่ศึกษา	72
4-21 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูงของพื้นที่ศึกษา..	76
4-22 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลางของพื้นที่ ศึกษา.....	82

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4-23	แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำของพื้นที่ศึกษา..	84
4-24	จำนวนโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมแต่ละระดับ ในพื้นที่ศึกษา.....	85

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมภาคธุรกิจการโรงแรม-ท่องเที่ยววันนี้ว่าเป็นธุรกิจสำคัญที่สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่องตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา นับได้ว่าเป็นธุรกิจแบบยั่งยืน (Sustainable Business) เพราะไม่สูญเสียทรัพยากรธรรมชาติไป ในยุคโลกาภิวัตน์ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น และผลจากภาวะเศรษฐกิจโลก ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย ตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม (ความยากง่ายในการเดินทางเข้าถึงสถานที่) ตลอดจนสถานะทางการเมืองของไทยมีผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยชะลอตัว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถลดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญได้ โดยประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ (ธงไชย สุรินทร์วรานุกร, 2554)

ในทุกวันนี้เทคโนโลยี i-Hotel (Intelligent Hotel Marketing and Management) ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพธุรกิจอุตสาหกรรมการโรงแรม-ท่องเที่ยว เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการธุรกิจทั้งระบบ โดยสาระสำคัญของระบบ i-Hotel จะช่วยในด้าน การประชาสัมพันธ์โรงแรม (Public Relations) อาทิ ตำแหน่งที่ตั้งและการเดินทาง (Hotel GPS) การส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ (Promotion) และระบบพื้นฐานหลักสำหรับบริหารจัดการโรงแรม (Primary Management System : PMS) อาทิ การจองที่พักออนไลน์-การบริหารห้องพัก การบัญชี โดยทั้งหมดนี้จะผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet of Things : IoT) และระบบคลาวด์ (Cloud) เพื่อการบริหารงานที่ช่วยลดความซ้ำซ้อนและผิดพลาดจากมนุษย์ ถูกต้องและรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ปัจจุบัน (Robustness) โดยสรุปมีความเป็นไปได้ว่า i-Hotel สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Integrated Marketing Communication : IMC) ให้มีช่องทางจำหน่ายห้องพักได้ดีขึ้น พร้อมทั้งลดข้อจำกัด (Limit) ในด้านการเข้าถึงของกลุ่มโรงแรมที่มีศักยภาพทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในระดับต่ำและปานกลางได้

ตามยุทธศาสตร์แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 และ 8 เรื่อง การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ซึ่งได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ซึ่งเน้นการประยุกต์นวัตกรรมแขนงต่าง ๆ ในการสนับสนุนภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการโรงแรม-ท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) โดยในพื้นที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ (ชายฝั่งทะเลตะวันออก) ได้รับการส่งเสริมเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวและเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Eastern Economic Corridor : EEC) เพราะโดยลักษณะของภูมิภาคนี้ มีความได้เปรียบทางด้านตำแหน่งที่ตั้งติดทะเล (Location) ระบบการขนส่ง (Transportation) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Natural Resource and Environment) และอยู่ไม่ไกลจาก

กรุงเทพและนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ จึงนับได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีจุดเด่นในการทำวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจการโรงแรม-ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

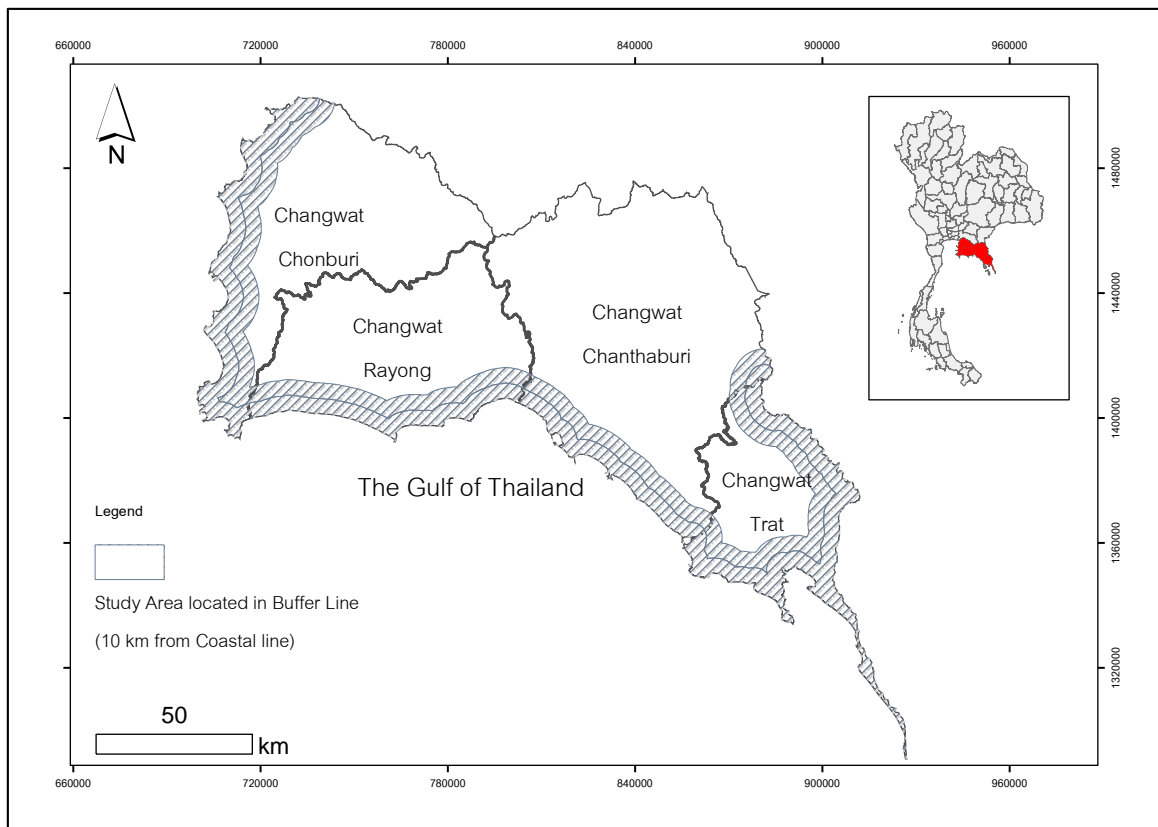
ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยงานวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geospatial Analysis) ในการสนับสนุนธุรกิจการโรงแรม-ท่องเที่ยว ในด้านการบริหารจัดการในพื้นที่ภาคตะวันออก ประเภทนี้ค่อนข้างน้อย คณะวิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการประเมินแนวทางกลยุทธ์การส่งเสริมธุรกิจโรงแรมในรูปแบบประเทศไทย 4.0 บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย โดยจัดทำแผนที่ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) และจำแนกกลุ่มประเภทโรงแรมต่าง ๆ (Hotel Type Clustering) บริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ซึ่งประยุกต์เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศในการวิเคราะห์ (Geo-information) จากนั้นประเมินกลยุทธ์การส่งเสริมธุรกิจโรงแรมแบบ i-Hotel ที่ได้จากแผนที่ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม ซึ่งใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์พร้อมวิเคราะห์ค่าทางสถิติ เพื่อประโยชน์ในการนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์เพิ่มศักยภาพในประกอบกิจการและการเตรียมความพร้อมของธุรกิจโรงแรมในรูปแบบประเทศไทย 4.0 เพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ
2. เพื่อประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษาภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา
ศึกษาวิจัยโรงแรมในเขตพื้นที่ตามแนวชายฝั่งทะเลตะวันออกเฉพาะที่อยู่บนแผ่นดิน (Main land) ในรัศมี 10 กิโลเมตร ถัดจากเส้นแนวชายฝั่งของบริเวณจังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และ ตราด ซึ่งไม่รวมพื้นที่เกาะในภาคตะวันออกดังภาพที่ 1-1



ภาพที่ 1-1 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

2. ขอบเขตด้านวิธีการศึกษา

2.1 การสร้างแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) ในพื้นที่ศึกษา จะพัฒนาแบบจำลองศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการจัดตั้งโรงแรมชายฝั่งตะวันออกโดยเทคนิค (Potential Surface Analysis: PSA) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchical Process: AHP) เพื่อคัดเลือกปัจจัย โดยดัดแปลงจาก (รุ่งอาทิศย์ บูชาอินทร์ และกฤษ จรินโท, 2559) ได้แก่ การเข้าถึงการเดินทาง การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่เสี่ยงภัยพิบัติและอาชญากรรม

2.2 ด้านการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม กำหนดประเด็นหัวข้อคำถาม โดยดัดแปลงจาก (ธงไชย สุรินทร์วรารากร, 2554) รายละเอียด ดังนี้

2.2.1 การจัดการองค์กร

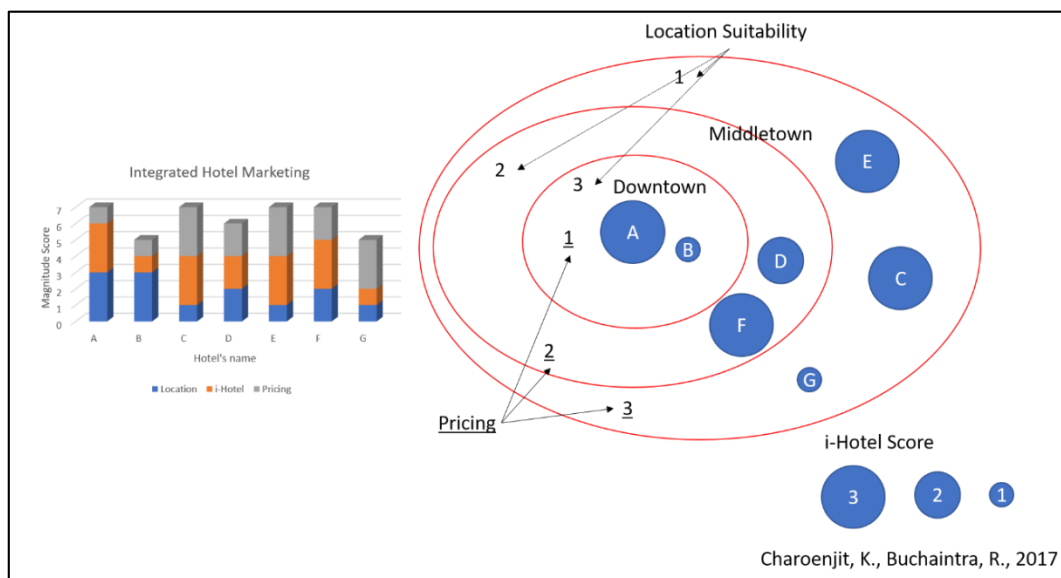
2.2.2 การจัดการทรัพยากร

2.2.3 การประยุกต์ส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.2.4 การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

2.2.5 การพัฒนาด้านเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0
ข้อมูลทั้งหมดจะถูกแปลงไปอยู่ในรูปแบบมาตรฐานในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Standard Geospatial Data) ซึ่งกำหนดระบบพิกัดอ้างอิงในระบบ UTM WGS 1984 Zone 47N & 48N

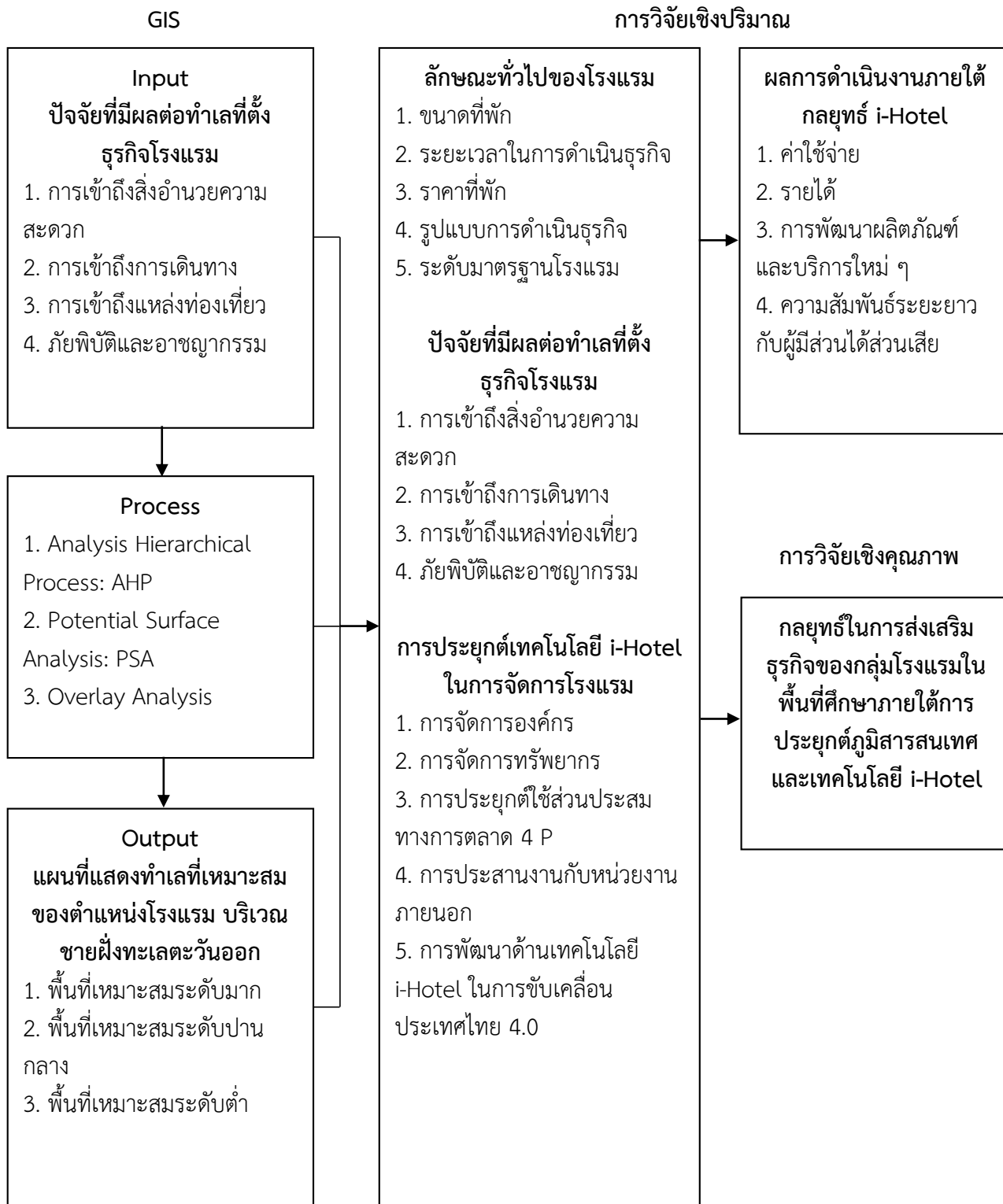
กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1-2 แนวทางความคิดในการทำวิจัย

จากภาพที่ 1-2 แสดงให้เห็นว่า Hotel A นั้น มีแรงดึงดูด (Magnitude Score) ในการเลือกที่พักสูงมากเนื่องจากตำแหน่งที่ตั้ง (Location) มีความเหมาะสมมากและมีการใช้ระบบสารสนเทศ i-Hotel ในการบริหารจัดการ แต่มีราคา (Pricing) ค่อนข้างสูงเนื่องจากอยู่ในย่านตัวเมืองที่มีราคาที่ดินสูงและปัจจัยอื่นๆ ที่มีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับชานเมือง ในขณะที่ Hotel C, E, F มี แรงดึงดูด (Magnitude Score) เท่ากับ Hotel A เนื่องจากราคา (Pricing) ถูกกว่าและมีเทคโนโลยี i-Hotel ในระดับที่เท่ากัน ซึ่งตรงกันข้ามกับ Hotel B, G ที่มีแรงดึงดูด (Magnitude Score) ในระดับต่ำเนื่องจากไม่มีระบบ i-Hotel แม้จะมีตำแหน่งที่ตั้งเหมาะสมมากและราคา (Pricing) ถูกมากที่เป็นจุดเด่น จากที่กล่าวมาทั้งหมด ในยุคปัจจุบันที่ดินค่อนข้างมีราคาแพงและจำกัด อีกทั้งราคาที่พียงแปรผันตรงกับต้นทุนราคาที่ดิน ดังนั้นกลยุทธ์ในการสร้างแรงดึงดูด (Magnitude) จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยเทคโนโลยี i-Hotel เพราะประยุกต์เป็นรูปธรรมที่เหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน

ทฤษฎี “เทคโนโลยี i-Hotel สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์ด้านการตลาดให้มีช่องทางจำหน่ายห้องพักได้ดีขึ้น พร้อมทั้งลดข้อจำกัดในด้านการเข้าถึงของกลุ่มโรงแรมที่มีศักยภาพตำแหน่งที่ตั้งเหมาะสมในระดับต่ำและปานกลาง” โดยสามารถแสดงความเชื่อมโยงเป็นกรอบทางการดำเนินการวิจัย โดยประยุกต์ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ แสดงในภาพที่ 1-3



ภาพที่ 1-3 กรอบแนวทางในการดำเนินการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะ รูปแบบและทิศทาง การปรับตัวของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ในการเตรียมความพร้อมปฏิรูปประเทศไทย 4.0
2. สามารถเสนอแนะแนวทาง โดยนำผลลัพธ์จากงานวิจัย ให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในทำเลที่ตั้งแบบเหมาะสมน้อย-ปานกลาง เพิ่มช่องทางส่งเสริมการตลาดโดยใช้เทคโนโลยี i-Hotel

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจโรงแรม และการจำแนกประเภทโรงแรม

โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน โดยการแบ่งประเภทของที่พักแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภท ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่แขก หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ โดยการแบ่งประเภทของที่พักแรมสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้

จากแนวคิดของเฮนคิน ได้แบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่นๆ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าอยู่เป็นที่พักประจำ

2) โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) มีวัตถุประสงค์ในการให้แขกเช่าพักอาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่แขกและลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้งโดยปกติแล้วอยู่ในบริเวณชานเมือง เพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย แต่ก็มีบางโรงแรมตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกในการติดต่อการงาน

3) โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel) มักตั้งอยู่ในบริเวณใกล้ชิดกับธรรมชาติ เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ โดยเน้นบริการทางด้านการกีฬา และนันทนาการ ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่นๆ ให้กับแขกผู้มาพัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนเป็นหลัก

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐและนักวิชาการที่ได้ศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของโรงแรมไว้ ดังนี้ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) ได้จำแนกประเภทของโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ดังนี้

1) จำแนกตามขนาดของกิจการ หรือจำนวนห้องพัก ได้แก่ โรงแรมขนาดเล็ก มีห้องพักต่ำกว่า 60 ห้อง โรงแรมขนาดกลาง มีห้องพัก 60-149 ห้อง และ โรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพัก 150 ห้องขึ้นไป

2) จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ได้แก่ ส่วนบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่เป็นนิติบุคคล (Individual proprietor) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Juristic partnership) และบริษัทจำกัด (มหาชน) (Company limited, Public company limited)

3) จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ ได้แก่ ต่ำกว่า 5 ปี, 5-9 ปี, 10-19 ปี และมากกว่า 20 ปี

4) จำแนกตามเงินจดทะเบียน ได้แก่ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท, 1-9 ล้านบาท, 10-49 ล้านบาท 50-99 ล้านบาท, 100-199 ล้านบาท และ มากกว่า 200 ล้านบาท

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ทำการศึกษาสถานการณ์ลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต กรณีศึกษา : ธุรกิจโรงแรม โดยศึกษาการจัดประเภทของที่

พักตามจำนวนห้องพัก ราคาห้องพัก ระดับมาตรฐานดาว และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

ระดับมาตรฐาน	ระดับราคา
1 ดาว	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท
2 ดาว	มากกว่า 500 บาท และไม่เกิน 900 บาท
3 ดาว	มากกว่า 900 บาท และไม่เกิน 1,500 บาท
4 ดาว	มากกว่า 1,500 บาท และไม่เกิน 3,000 บาท
5 ดาว	มากกว่า 3,000 บาท

สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้กำหนดลักษณะของที่พักโดยแบ่งมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเป็นระดับ 1-5 ดาว เพื่อพัฒนาที่พักให้มีคุณภาพซึ่งมีการตรวจประเมินตลอดจนมีเกณฑ์และตัวชี้วัดที่เป็นมาตรฐานสากล

นิตยสาร เล้าหรัดนาหิรัญ (2559) ศึกษาลักษณะทั่วไปของโรงแรมต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ โดยลักษณะทั่วไปของโรงแรมที่ทำการศึกษามีดังนี้

- 1) ขนาดของที่พักตามจำนวนห้องพัก ได้แก่
 - (1) โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 60 ห้อง
 - (2) โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 60 ห้อง ไม่เกิน 149 ห้อง
 - (3) โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 150 ห้องขึ้นไป
- 2) รูปแบบองค์กรธุรกิจ ได้แก่
 - (1) ส่วนบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่เป็นนิติบุคคล
 - (2) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 - (3) บริษัทจำกัด (มหาชน)
- 3) ระดับมาตรฐานที่พักที่ใช้เกณฑ์ราคา ได้แก่
 - (1) มากกว่า 900 บาท และไม่เกิน 1,500 บาท
 - (2) มากกว่า 1,500 บาท และไม่เกิน 3,000 บาท
 - (3) มากกว่า 3,000 บาท ขึ้นไป
- 4) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่
 - (1) ระยะเวลาดำเนินการ ต่ำกว่า 5 ปี ข
 - (2) ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี-ต่ำกว่า 10 ปี
 - (3) ระยะเวลาดำเนินการ 10 ปี-ต่ำกว่า 15 ปี
 - (4) ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี-ต่ำกว่า 20 ปี
 - (5) ระยะเวลาดำเนินการ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป
- 5) รูปแบบองค์กร ได้แก่
 - (1) รูปแบบท้องถิ่น (Local Hotel)
 - (2) รูปแบบบริหารโดยบริษัท ต่างชาติ (Chain Hotel)

ส่วนแนวคิดของ สตีตมอนและคาซาวานา ได้จัดแบ่งประเภทของโรงแรมโดยยึดพื้นฐานทางด้านขนาดของโรงแรม เป้าหมายการตลาด ระดับของการบริหาร และการเป็นเจ้าของหรือการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริหารโรงแรม ไว้ดังนี้

1) การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) การแบ่งตามขนาดของโรงแรม สามารถนับได้จากจำนวนห้องพัก ซึ่งมาสามารถแยกได้เป็น

- (1) โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีห้องพักเดี่ยวต่ำกว่า 60 ห้อง
- (2) โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 60 ห้อง ไม่เกิน 149 ห้อง
- (3) โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 150 ห้องขึ้นไป ตกแต่งหรูหรา มี

บริการครบครัน

2) การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาด (Hotel Target Markets) เป้าหมายด้านการตลาดของโรงแรมมีหลายประเภท ที่สำคัญแบ่งได้ดังนี้

- (1) โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)
- (2) โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)
- (3) โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels)
- (4) โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels)
- (5) โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)
- (6) โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast)
- (7) โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel)
- (8) โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels)
- (9) ศูนย์ประชุม (Conference Centers)

3) การแบ่งตามระดับการบริการ (Levels and Service) แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

(1) การบริการระดับโลก (World – Class Service) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกระดับบุคคลสำคัญของประเทศ หรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่ง และบุคคลผู้มีชื่อเสียงอื่นๆ

(2) การบริการระดับกลาง มีเป้าหมายในการรับแขกทั่วไปทั้งนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว รายบุคคล และหมู่คณะ การบริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ อาจลดน้อยกว่า โรงแรมที่มีการบริการระดับโลก

(3) การบริการระดับประหยัด (Economy or Limited Service) โรงแรมประเภทนี้เก็บค่าบริการถูกกว่าโรงแรม 2 ประเภทดังกล่าวข้างต้น การจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานสำหรับการบริการ แต่ไม่หรูหรา การบริการที่ได้มาตรฐาน แต่ราคาประหยัด คือ นโยบายสำคัญของโรงแรมประเภทนี้

4) การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation) แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

(1) โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่นๆ จึงทำให้มีความคล่องตัว และมีอำนาจในการบริหารงาน แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสบการณ์ในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

(2) โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

- การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สินการบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด

- การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการ โรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย

- การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาด ออกแบบการตกแต่ง โรงแรม การใช้วัสดุอุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์ มีสิทธิและอำนาจในการจัดการแต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์

การจัดแบ่งประเภทของโรงแรมดังกล่าวข้างต้น ยังไม่มีข้อตกลงสากล ดังนั้นการจัดแบ่งประเภท จึงแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้จัดประเภทว่าใช้หลักการอะไร เช่น การเข้าพักอาศัย ที่ตั้งของโรงแรม การบริการ การบริหาร ราคาห้องพัก ขนาดของโรงแรม หรือหลักการอื่น ๆ (ศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center, 2557)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

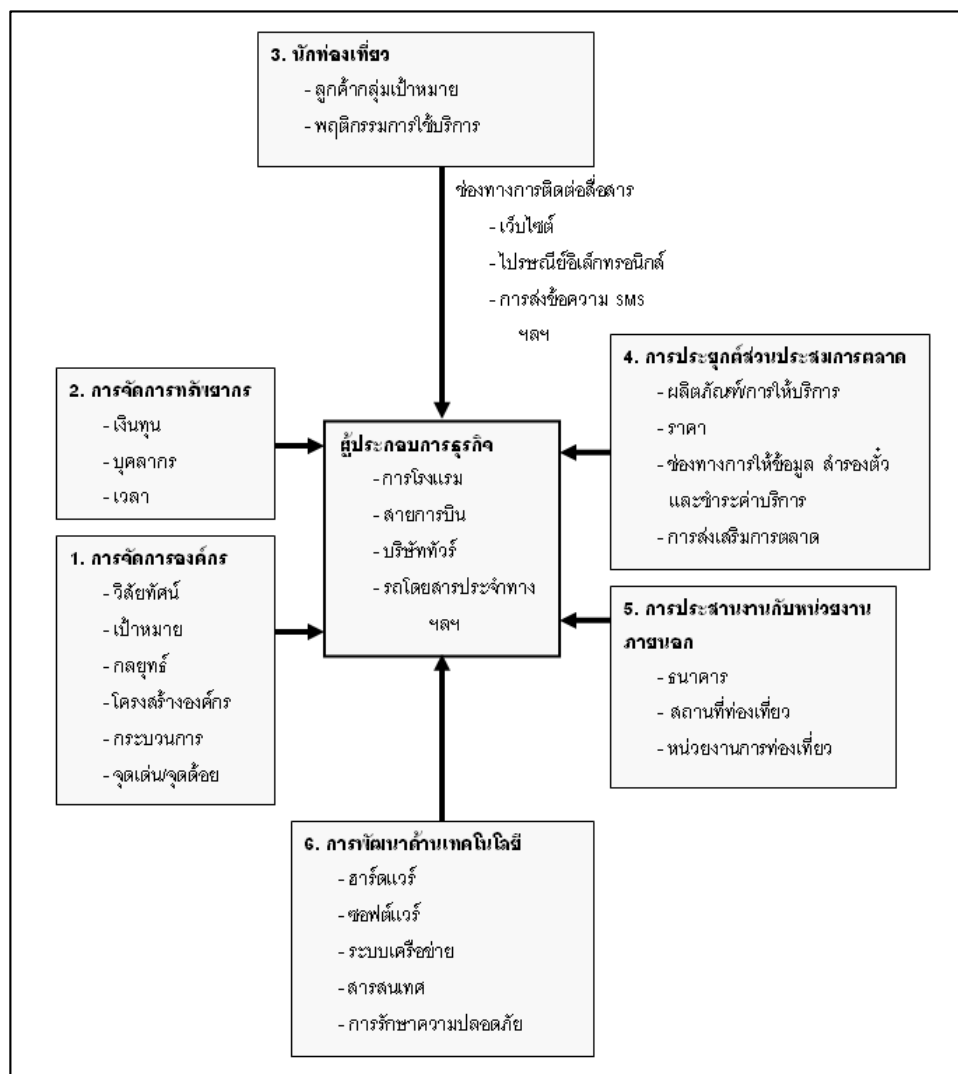
จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's (อ้างถึงใน ธนะวิทย์ เพียรดี และ มาฆฤกษ์ ชูช่วย, 2559) ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นเครื่องมือพื้นฐานของส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ รวมไปถึงการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ นั้นรวมถึงความสามารถในการแข่งขันด้วย
2. ด้านราคา (Price) จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายไปเพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้บริหารจะต้องตัดสินใจในการเลือกกำหนดราคาที่เหมาะสม ซึ่งต้องคำนึงถึงเวลาที่ลูกค้าเสียไปกับการมาใช้บริการ
3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมของกิจการที่กระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการเป็นสำคัญ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ตามความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าตามกำหนดเวลา
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมเพื่อสื่อสารถึงข้อมูลต่างๆ ให้ผู้บริโภคได้ทราบ เพื่อสร้างแรงจูงใจ และการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ดีขึ้น

การบูรณาการระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม

1. การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว
จากงานวิจัยของ ธงไชย สุรินทร์วรังกูร (2554) พบว่า รูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวได้เริ่มต้นจากการเน้นให้เห็นถึงการจัดการองค์กรด้าน ปรัชญา วิสัยทัศน์ และเป้าหมาย ถัดมาคือความพร้อมของทรัพยากร อาทิ งบประมาณ ระยะเวลา ทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ หลักการที่สำคัญในขั้นตอนนี้คือ ผู้ประกอบการต้องนำแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดเช่น 1) ผลิตภัณฑ์การให้บริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยี เพราะจะช่วยจูงใจให้ลูกค้าเกิดความจำเป็นในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ

หน่วยงานอื่นๆ ผ่านระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น จึงได้แบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ตาม ภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว (ธงไชย สุรินทร์วรังกูร, 2554)

จากภาพที่ 2-1 จะเห็นว่า มีขั้นตอนที่สำคัญทั้งหมด 6 ขั้นตอน ประเด็นที่โดดเด่น และจะต้องดำเนินการเป็นวงจรต้องเริ่มต้นจากขั้นตอนลำดับที่ 1 แล้วสิ้นสุดลงที่ขั้นตอนลำดับที่ 6 ดังจะบรรยายตามลำดับของแต่ละขั้นตอนต่อไปนี้

1) การจัดการองค์กร การจัดการองค์กรด้าน ปรัชญา วิสัยทัศน์ เป้าหมาย พบว่าจะมีผลอย่างยิ่งต่อการผลักดันให้มีการจัดทำและเกิดการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพราะสิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจด้านงานบริการ คือ ลูกค้า หากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยและทันกับความต้องการของลูกค้าจะไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึง ลักษณะของธุรกิจและโครงสร้างองค์กร โดยจะต้องนำเทคโนโลยี

สารสนเทศมาใช้ให้การทำงานสอดคล้องกับกระบวนการทำงานของธุรกิจ บางกระบวนการอาจจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน เพื่อให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การจัดการทรัพยากร ทรัพยากรขององค์กร ได้แก่ เงินทุนหรืองบประมาณสำหรับใช้ในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับโครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร จะต้องพิจารณาถึงระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ความคุ้มค่าและผลตอบแทนที่จะได้รับ รวมทั้งการจัดหาบุคลากร และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

3) นักท่องเที่ยว ปัจจุบันมีลูกค้าที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการโรงแรมและการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลำดับ ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยการตลาด เพื่อศึกษาข้อมูลสำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น ลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงแนวโน้มการใช้งานในอนาคต เพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

4) การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว คงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการประยุกต์ใช้หลักการตลาดมาใช้ร่วมกับการพัฒนาเทคโนโลยี หลักส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญและผลการวิจัยนี้ค้นพบว่า มีผลต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ มีดังนี้

(1) ผลិតภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สำหรับการให้บริการลูกค้าในกระบวนการต่างๆ ของการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การบริการต่างๆ จะช่วยให้การบริการลูกค้ามีความสะดวกรวดเร็ว และมีความถูกต้องแม่นยำ

(2) ราคา ผู้ประกอบการควรตั้งราคาค่าบริการอย่างเหมาะสม และสมเหตุสมผล อย่างไรก็ตาม การให้บริการลูกค้าผ่านเว็บไซต์ช่วยให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อหาข้อมูล สำรองตั๋วและชำระเงิน ณ สถานประกอบการโดยตรง จะช่วยให้ลูกค้าสะดวกและประหยัดเวลาเป็นอย่างมาก

(3) ช่องทางการจำหน่าย ผู้ประกอบการควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในขั้นตอนการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ การสำรองห้องพัก การสำรองตั๋วการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการลูกค้าที่หน้าเคาน์เตอร์และเว็บไซต์ ตลอดจนการให้บริการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และการส่งข้อความผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ สำหรับการชำระเงินค่าบริการ ผู้ประกอบการควรจัดให้ลูกค้าสามารถเลือกวิธีการชำระผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแบบต่างๆ ตามความสะดวกของลูกค้าแต่ละคน ได้แก่ การชำระผ่านบัตรเครดิต การชำระผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระผ่านเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ และการโอนเงินผ่านทางธนาคาร

(4) การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรใช้หลักการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความจำเป็นในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ โดยระบบสารสนเทศที่จัดทำจะต้องสามารถให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้าอย่างสะดวกรวดเร็ว ใช้งานง่าย มีความถูกต้องเชื่อถือได้ และให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรคำนึงถึง การรักษาสัญญา เงื่อนไข และข้อตกลง หากมีการบริหารจัดการระบบที่ดีจะส่งผลให้ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือต่อการใช้บริการด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

5) การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรสร้างเครือข่ายในการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม อาจให้บริการสำรองตั๋วโดยสารเครื่องบิน รถโดยสารประจำทาง หรือสำรองทัวร์ ให้แก่ลูกค้าของโรงแรม ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการควรติดต่อประสานงานกับธนาคารหรือสถาบันการเงินต่างๆ เกี่ยวกับข้อตกลงและเงื่อนไขในการใช้ช่องทางและวิธีการชำระเงินของลูกค้าผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และมีความปลอดภัย

6) การพัฒนาด้านเทคโนโลยี ประเด็นที่จะต้องเร่งดำเนินการ ได้แก่ การจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสารในระบบเครือข่าย ปัจจุบันระบบเครือข่ายแบบไร้สายและระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกำลังได้รับความสนใจมากขึ้น โดยควรเลือกใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับการดำเนินงานของแผนกต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงความสามารถของโปรแกรมในการเชื่อมโยงกับระบบฐานข้อมูลในระบบเครือข่าย ระบบส่วนงานย่อยต่างๆ ต้องทำงานประสานกัน สามารถทำการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ทันทีหรือเป็นแบบออนไลน์ ระบบสารสนเทศที่ดีต้องมีความสามารถในการบันทึกและสามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีการให้ข้อมูลที่เพียงพอ และมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี เพื่อป้องกันปัญหาไวรัสคอมพิวเตอร์ และผู้บุกรุกที่จะเข้ามาในระบบ เช่น แฮกเกอร์ แคร็กเกอร์ ฯลฯ รวมถึงการดูแลบำรุงรักษาระบบให้สามารถใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

i-Hotel (Intelligent Hotel Marketing and Management)

i-Hotel สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ดังนี้

1. Property Management System หรือ Primary Management System (PMS) เป็นระบบพื้นฐานและเป็นระบบหลักสำหรับบริหารจัดการโรงแรม ที่หัวใจของระบบนี้คือการบริหารจัดการห้องพักเป็นสำคัญ อันประกอบไปด้วยระบบหลักๆ คือ

1.1 Front Office ที่ใช้ในการปฏิบัติงานและบริหารเกี่ยวกับการจอง การลงทะเบียนผู้เข้าพัก ข้อมูลผู้เข้าพัก สถานะห้องพัก ค่าใช้จ่ายของแขกที่เข้าพัก

1.2 Back Office ใช้ในการตรวจเช็คข้อมูล สถานะของห้องพักสำหรับการปฏิบัติงานสนับสนุนของแผนกต่างๆ ระบบเชื่อมต่อกับระบบการทำงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. Accountant System หรือระบบบัญชี สำหรับใช้ในการคิดคำนวณทางด้านบัญชีแยกประเภทต่างๆ ภายในโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานในด้านบริหารรายได้ค่าห้องพัก และบริการอื่นๆ ตลอดจนการบริหารทรัพย์สินต่างๆ ของโรงแรมที่ใช้ในการคิดคำนวณทางด้านบัญชีต่างๆ อาทิ สินค้าคงคลัง (Inventory) สินทรัพย์ (Assets) ฯลฯ ซึ่งระบบนี้สามารถทำงานได้ทั้งแบบอิสระสำหรับงานด้านบัญชีทั่วไป และต่อเชื่อมระบบกับ PMS เพื่อรับการโพสต์บัญชีค่าใช้จ่ายต่างๆ ของแขกที่มาพักในโรงแรมเข้าสู่ระบบ

3. Point of Sales หรือ POS เป็นระบบบริหารการขายสินค้า ณ จุดขายต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น ร้านอาหาร บาร์ เป็นต้น ที่มีการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ในแต่ละจุด เพื่อให้สามารถคิดคำนวณรายได้ และสินค้าคงคลังของแต่ละจุดขาย สามารถทำงานได้แบบอิสระ และผ่านการเชื่อมต่อกับระบบเข้ากับ PMS และ/หรือ ระบบบัญชีของโรงแรม (บางรายการไม่ต้องโพสต์เข้าระบบ PMS แต่โพสต์

ไปยังระบบบัญชีโดยตรง เช่น รายการสินค้าคงคลัง และการจำหน่ายสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับแขก หรือ ห้องพักแขก ที่จะใช้ฐานข้อมูลแยกจากระบบ PMS)

4. Telephone Management System หรือ TMS เป็นการบริหารจัดการเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์ภายในโรงแรม ที่มีการคิดคำนวณเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์ภายในโรงแรม/ที่พักของแขก แล้วจะทำการโพสต์ค่าใช้จ่ายเข้าสู่ระบบ PMS ไปยัง Guest Folio ผ่านระบบการเชื่อมต่อ ระบบบริหารจัดการโทรศัพท์ในปัจจุบันมักจะมีกรเพิ่มเอาระบบ Voice Mail Box เข้ามาให้บริการแขกที่เข้าพักเพิ่มเติมอีกด้วย

5. Video Management System หรือ VMS เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางด้านความบันเทิงภายในห้องพักตามความต้องการ (Video on demand/Pay per view movie) ซึ่งในปัจจุบันมีการบริการที่ก้าวหน้าไปถึงการให้บริการสื่อระบบดิจิทัลต่างๆ ไปยังห้องพักแขก ทั้งสื่อประเภทเพื่อความบันเทิง (Entertainment) และสื่อเพื่อให้ความรู้ (Education) เพื่อให้ใช้บริการได้กับทุกคนในครอบครัวที่รวมกันแล้วเรียกว่า Edutainment

6. Guest Internet System หรือระบบให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับแขกที่มาใช้บริการภายในโรงแรมทั้งภายในห้องพักแขก Business Center ห้องประชุมสัมมนา และบริเวณพื้นที่สาธารณะ เพื่อเป็นการควบคุมและบริหารการใช้งานอินเทอร์เน็ตของแขกตามนโยบายที่ทางโรงแรมกำหนด ถ้ามีการคิดค่าใช้จ่าย ก็จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายแล้วโพสต์ค่าใช้จ่ายผ่านระบบเชื่อมต่อ เข้า Guest Folio ในระบบ PMS ของโรงแรมต่อไป

7. Online Distribution System/Electronics Distribution System หรือระบบการจัดจำหน่ายห้องพักผ่านช่องทาง การจองออนไลน์ ที่มีการขายแบบ Real Time อาทิ GDS, IDS, CRS, Hotel Website ที่เป็นระบบแบบ Real Time และ Interactive ที่ลูกค้าสามารถจะตรวจสอบสถานะห้องว่าง ราคาที่เป็นปัจจุบัน และทำการจอง และยืนยันการจองได้ในทันทีแบบอัตโนมัติ ระบบนี้มีทั้งแบบทำงานโดยอิสระ หรือทำงานเชื่อมต่อกับระบบ PMS ของโรงแรมเลยก็ได้

8. Conference & Events เป็นระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการด้านการขายและการจัดการห้องประชุมสัมมนา หรือการจัดเลี้ยงต่างๆ ภายในโรงแรมที่เน้นทางด้านบริการให้บริการห้องประชุม/สัมมนา และจัดเลี้ยง บางระบบจะทำงานแบบอิสระ บางระบบอาจจะเชื่อมต่อกับ PMS เพื่อทำการจองห้องพัก และโพสต์ค่าใช้จ่ายเข้า Folio ของห้องพักแขกได้ บางระบบอาจจะเรียกว่า Sales & Catering

9. Membership Management System หรือระบบบริหารงานสมาชิก เหมาะสำหรับโรงแรม/สถานที่พัก ที่มุ่งเน้นทางด้านการขายสินค้าและบริการให้กับสมาชิก และการสร้าง Loyalty กับลูกค้าของตนเอง เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

10. Payroll and Time Control System หรือระบบการบริหารบัญชีเงินเดือน และเวลาการทำงานของพนักงาน ที่จะมีการบันทึกเวลาการเข้า-ออกงาน และนำไปคำนวณบัญชีเงินเดือนของพนักงานแต่ละคนโดยอัตโนมัติ ซึ่งอาจจะสามารถทำการเชื่อมโยงระบบไปกับระบบบัญชีหลักของโรงแรมด้วยก็ได้

11. Customer Relationship Management System (CRM) หรือระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า สำหรับโรงแรม/ที่พัก ที่มุ่งเน้นในด้านการรักษาลูกค้า และเพิ่มพูนธุรกิจผ่านทางลูกค้าเก่าที่มีประสบการณ์ของทางโรงแรม จะนำเอาระบบนี้เข้ามาใช้งาน ซึ่งอาจจะเป็นการใช้งานแบบ

อิสระ หรือการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับระบบ PMS หลักของโรงแรม และระบบบริหารจัดการรายชื่อผู้ติดต่อในระบบอื่นๆ ที่ใช้งานอยู่ด้วยก็ได้

12. Availability Management System หรือระบบบริหารจัดการพื้นที่ สำหรับบริการอื่นๆ ภายในโรงแรม ที่จำเป็นต้องมีการสำรองพื้นที่ไว้ล่วงหน้า เช่น ที่นั่งในร้านอาหาร สำหรับร้านอาหารที่ได้รับความนิยม หรือพื้นที่นั่งชมการแสดง สำหรับการแสดงต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในบริเวณโรงแรม หรือการจองพื้นที่สำหรับบริการ Spa เป็นต้น

เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ

เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geo-informatics) คือ ศาสตร์ที่เน้นการบูรณาการเทคโนโลยี ทางด้านการสำรวจ ด้านการทำแผนที่ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ ข้อมูลเชิงบรรยายเข้าด้วยกัน เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางด้านพื้นที่ ที่เกิดขึ้นบนโลก ประกอบด้วย ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) การรับรู้ระยะไกล (RS) และระบบกำหนดตำแหน่งบนโลกด้วยดาวเทียม (GPS) เทคโนโลยีทั้งสามประเภทนี้มีลักษณะการทำงานที่เป็นอิสระต่อกัน หรือสามารถนำมาเชื่อมโยงร่วมกันได้ส่งผลทำให้ ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ด้านต่างๆ ได้ เช่น ในกิจการทหาร การจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการภัยพิบัติ การวางผังเมือง และชุมชน หรือแม้แต่ในเชิง ธุรกิจก็ได้มีการนำเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศมาประยุกต์ และใช้ประกอบการวางแผนการตลาดตัดสินใจในเรื่อง ต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (สำนักส่งเสริม และพัฒนาสารสนเทศภูมิศาสตร์, 2557)

การประยุกต์ภูมิสารสนเทศในการเลือกทำเลที่เหมาะสมในการจัดตั้งธุรกิจ

จากงานวิจัยของ รุ่งอาทิศย์ บุชาอินทร์ และกฤษ จรินทร์ (2559) ได้ประยุกต์ระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ (GIS) ร่วมกับการศึกษาปัจจัย (Factors) ในการเลือกทำเลที่ตั้งบ้านจัดสรรโดยทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 19 คน ประกอบด้วยผู้บริหาร องค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิสารสนเทศ พบว่ามีปัจจัยที่สำคัญในการเลือกทำเล ที่มีศักยภาพ ดังนี้

1. การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (access facilities) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากระยะการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ตลาด สถานศึกษา และ โรงพยาบาล

2. การเข้าถึงการเดินทาง (access to travel) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากระยะห่างจากถนนสายหลักและสาย รอง และระบุว่า ความน่าจะเป็นของทางเลือกการเดินทางในระยะ 5 กิโลเมตร 10 กิโลเมตร และ 20 กิโลเมตร จากเส้นทางคมนาคมมีผลต่อการวางแผนเลือกทำเลที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

3. การเข้าถึงแหล่งงาน (workplaces) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากการเข้าถึงแหล่งอุตสาหกรรม และแหล่งท่องเที่ยว จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลในการสร้างที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการ ซึ่งจะให้ผู้อยู่อาศัยลด ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางลงได้

4. ภัยพิบัติและอาชญากรรม (disasters) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากพื้นที่น้ำท่วมซ้ำซาก และความหนาแน่นของชุมชน

5. แผนพัฒนาเมือง (urban planning) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากกฎหมายผังเมืองว่า ทำเลที่สนใจสามารถพัฒนาเป็นหมู่บ้านจัดสรรได้หรือไม่

6. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (geography) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใช้ในการพิจารณาการเลือกทำเลหมู่บ้านจัดสรรจากความสูงต่ำของภูมิประเทศ และทิศทางลม โดยการให้ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัย แสดงดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านจัดสรร (รุ่งอาทิตย์ บูชาอินทร์ และ กฤษ จรินทร์, 2559)

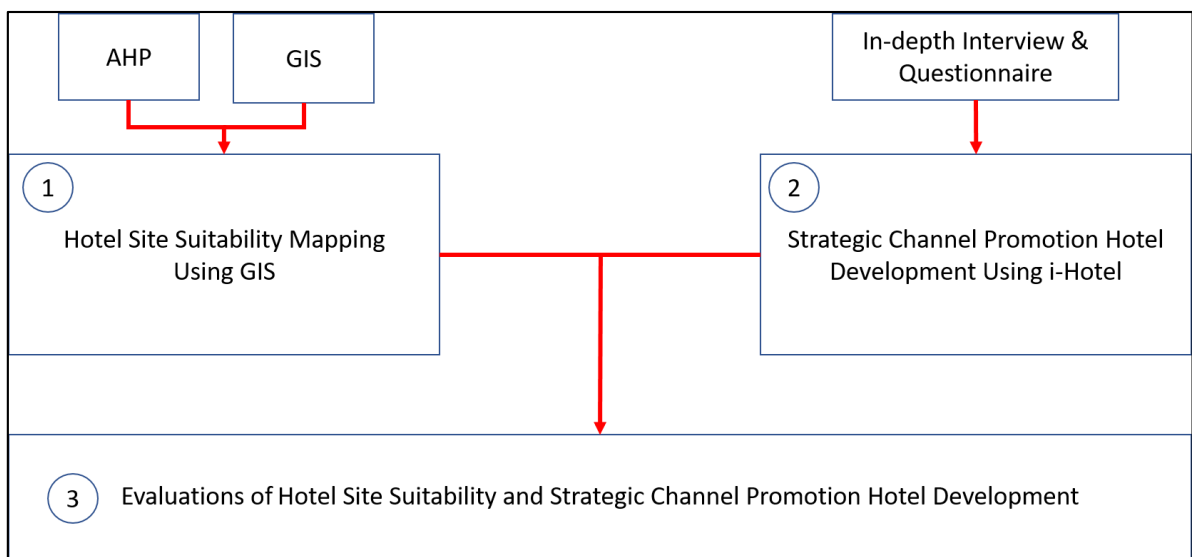
ลำดับ	ปัจจัย	น้ำหนัก
1	การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก	0.31
2	การเข้าถึงการเดินทาง	0.28
3	การเข้าถึงสถานที่ทำงาน	0.20
4	ภัยพิบัติและอาชญากรรม	0.14
5	แผนพัฒนาเมือง	0.05
6	ปัจจัยทางภูมิศาสตร์	0.02

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed methods) ระหว่างการวิจัยโดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geo-information) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยในขั้นแรกจะทำการสร้างแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) ในพื้นที่ศึกษา ซึ่งจะพัฒนาแบบจำลองศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการจัดตั้งโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย (Potential Surface Analysis : PSA) โดยดำเนินการคัดเลือกปัจจัย (Factors) และวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) แบบการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchical Process : AHP) จากนั้นเมื่อได้แบบจำลอง PSA แล้วทำการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์และจัดสร้างข้อมูลเชิงพื้นที่ ในทางขนานกันจะดำเนินการสำรวจข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งโรงแรมในพื้นที่ศึกษา และดำเนินการจัดกลุ่มประเภทโรงแรมตามขนาด และนำเข้าข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบ GIS

ในขั้นที่สองหลังจากได้แผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม และข้อมูลตำแหน่งโรงแรมเรียบร้อยแล้ว จะทำการสุ่มคัดเลือกตัวอย่างโรงแรมแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) ในกลุ่มศักยภาพทำเลเหมาะสม มาก ปานกลาง และต่ำ โดยเฉพาะกลุ่มศักยภาพต่ำจะเน้นสำรวจกลุ่มตัวอย่างมากเป็นพิเศษ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (เชิงคุณภาพ) และแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) ในด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน

ขั้นสุดท้าย ดำเนินการประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel (การเพิ่มศักยภาพโดยประเทศไทย 4.0) โดยแผนผังการวิจัย แสดงดังภาพที่ 3-1



ภาพที่ 3-1 แผนผังดำเนินการวิจัย

โดยการวิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping)

จากภาพที่ 3-1 ในส่วนที่ 1 คือ การสร้างแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) ในพื้นที่ศึกษา ซึ่งจะพัฒนาแบบจำลองศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการจัดตั้งโรงแรมชายฝั่งตะวันออก (Potential Surface Analysis : PSA) ดังสมการที่ 1 จากนั้นดำเนินการคัดเลือกปัจจัย (Factors) โดยคณะวิจัยขอเสนอปัจจัยเบื้องต้นโดยดัดแปลงจาก (รุ่งอาทิตย์ บุชาอินทร์ และกฤษ จรินทร์, 2559) ได้แก่ การเข้าถึงการเดินทาง การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่เสี่ยงภัยพิบัติและอาชญากรรม เป็นต้น (แสดงในตารางที่ 3-1) และวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย (Weighting) และค่าน้ำหนักคะแนนของปัจจัย (Rating) ซึ่งใช้การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchical Process : AHP) (Saaty, 1980) จากนั้นเมื่อได้แบบจำลอง PSA แล้วจะประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์และจัดสร้างข้อมูลเชิงพื้นที่โดยการ Overlay Analysis

ตารางที่ 3-1 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (ดัดแปลงจาก รุ่งอาทิตย์ บุชาอินทร์ และ กฤษ จรินทร์, 2559)

ปัจจัยหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม	การจำแนกปัจจัยย่อย
1. ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก	1. ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า 2. ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ 3. ระยะห่างจากโรงพยาบาล
2. ด้านการเข้าถึงการเดินทาง	1. ระยะห่างจากถนนสายหลัก 2. ระยะห่างจากถนนสายรอง 3. ระยะห่างจากสนามบิน 4. ระยะห่างจากสถานีรถไฟ 5. ระยะห่างจากสถานีขนส่งรถโดยสาร 6. ระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	1. ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3. ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4. ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววันหยุด
4. ด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม	1. พื้นที่เสี่ยงอุทกภัย 2. พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก 3. ความหนาแน่นของชุมชน 4. ระยะห่างจากสถานีตำรวจ

ในทางขนานกันจะดำเนินการสำรวจข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม และข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสม ในพื้นที่ศึกษา โดยใช้ข้อมูลจากภาพถ่ายดาวเทียม ข้อมูล Open source Geo-information (eg. Openstreetmap.org) หรือ ThaiSDI (Thailand Spatial Data Infrastructure: from GISTDA) ข้อมูลแผนที่ภูมิประเทศ และดำเนินการจัดกลุ่มประเภทโรงแรมตามขนาดโรงแรม และนำเข้าข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบ GIS

$$S = (R_1 * W_1) + (R_2 * W_2) + (R_n * W_n) \quad (1)$$

เมื่อ S = พื้นที่เหมาะสม (Suitability)

W = ค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัย (Weighting)

R = ค่าความสามารถของปัจจัย (Rating)

โดยการจำแนกระดับความเหมาะสมแบ่งการจำแนกออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้หลักการจำแนกด้วย Standard Deviation (SD) ได้แก่

พื้นที่เหมาะสมสูง (ค่าคะแนน $> \mu + SD$)

พื้นที่เหมาะสมปานกลาง ($\mu - SD < \text{ค่าคะแนน} < \mu + SD$)

พื้นที่เหมาะสมต่ำ (ค่าคะแนน $< \mu - SD$)

โดย (μ = mean) และ (SD = standard deviation)

2. การประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel

จากภาพที่ 3-1 ในส่วนที่ 2 และ 3 ดำเนินการประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel โดยการคัดเลือกตัวอย่างโรงแรมแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) ในกลุ่มศักยภาพทำเลที่ตั้งโรงแรมในเขตพื้นที่เหมาะสม สูง ปานกลาง และต่ำ โดยเฉพาะกลุ่มศักยภาพต่ำจะเน้นสำรวจกลุ่มตัวอย่างมากเป็นพิเศษ และจำแนกกลุ่มโรงแรมตามขนาดโรงแรม ได้แก่ 1) โรงแรมขนาดเล็ก 2) โรงแรมขนาดกลาง 3) โรงแรมขนาดใหญ่

จากนั้น ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (เชิงคุณภาพ) และแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) ในด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม โดยเน้นประเด็นโดยดัดแปลงจาก ฐไชย สุรินทร์วรังกูร (2554) รายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การจัดการองค์กร

2) การจัดการทรัพยากร

3) การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านช่องทางการจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

4) การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

5) การพัฒนาด้านเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0

โดยรายละเอียดในการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม โดยจำแนกตามทำเลที่เหมาะสมแต่ละระดับ ในเขตชายฝั่งตะวันออก มีรายละเอียดดังนี้

1) ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กรของโรงแรมในเขตพื้นที่ชายฝั่งตะวันออก จำนวน 257 แห่ง (จากการสำรวจภาคสนาม)

2) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 156 โรงแรม (สิน พันธุ์พินิจ, 2554)

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

3) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในส่วนนี้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) การสร้างเครื่องมือการวัดทัศนคติด้านปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม ด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม และผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel โดยใช้เทคนิคการวัดทัศนคติของลิเกิร์ต แบ่งคะแนนทัศนคติออกเป็น 5 ช่วงเท่าๆ กัน ได้แก่

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

(2) เกณฑ์การประเมินทัศนคติด้านปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม ด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม และผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel จะประเมินจากคะแนนค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted mean score) ของแต่ละคำถามดังนี้

1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด/ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.51 - 2.50 = น้อย/ ไม่เห็นด้วย

2.51 - 3.50 = ปานกลาง/ ไม่แน่ใจ

3.51 - 4.50 = มาก/ เห็นด้วย

4.51 - 5.00 = มากที่สุด/ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

(3) การออกแบบแบบสอบถาม จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของโรงแรม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

ส่วนที่ 3 ด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

ส่วนที่ 4 ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

4) การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) การหาความสอดคล้อง โดยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ศึกษาโดยตรง เพื่อช่วยตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัยให้มากที่สุด ซึ่งการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เป็นการทดสอบว่า เครื่องมือวิจัยนี้สามารถจะวัดตัวแปรต่างๆ ได้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดการวิจัย หรือเนื้อหาที่ต้องการทดสอบหรือไม่ สามารถทำได้โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อจะต้องไม่น้อยกว่า 0.5 (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2557) โดยใช้สูตร

$$IOC = \sum R/N$$

โดยที่ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R = ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

และให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษา

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้อง หรือไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

5) การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือวิจัย โดยวิธีการครอนบาคแอลฟา (Cronbach alpha) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

โดยที่ α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้จากแต่ละข้อ

S_t^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนจากข้อคำถามทุกข้อ

N = จำนวนข้อคำถามหรือจำนวนรายการทั้งหมดที่ใช้วัด

6) การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลแบบสะดวก โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้แล้วรอรับคืนหลังจากตอบเสร็จ

7) การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้ครบจำนวนตามเกณฑ์ที่สามารถวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลดิบมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูล การลงรหัสข้อมูล และการบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิง

พรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ในขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจความคิดเห็นของโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมแต่ละระดับ โดยสำรวจความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรมด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม และผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel มีรายละเอียด ดังนี้

1) การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (สิน พันธุ์พินิจ, 2554) โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กร

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามการสัมภาษณ์ (Interview schedule) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของโรงแรม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

ส่วนที่ 3 ด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

ส่วนที่ 4 ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) การสัมภาษณ์แต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่า ข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ มาพิจารณาประเด็นที่สำคัญ แล้วจึงตีความพร้อมทำการตั้งข้อความหรือประโยคที่สำคัญมาจัดกลุ่มและตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นประเด็นหลัก และประเด็นย่อยที่อยู่ภายใต้ความหมายของประเด็นหลัก และเขียนอธิบายปรากฏการณ์จากสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียด และชัดเจน โดยจะไม่มีภานาทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

5) การสรุปผลข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อหาข้อสรุปในด้านแนวทางกลยุทธ์การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

บทที่ 4

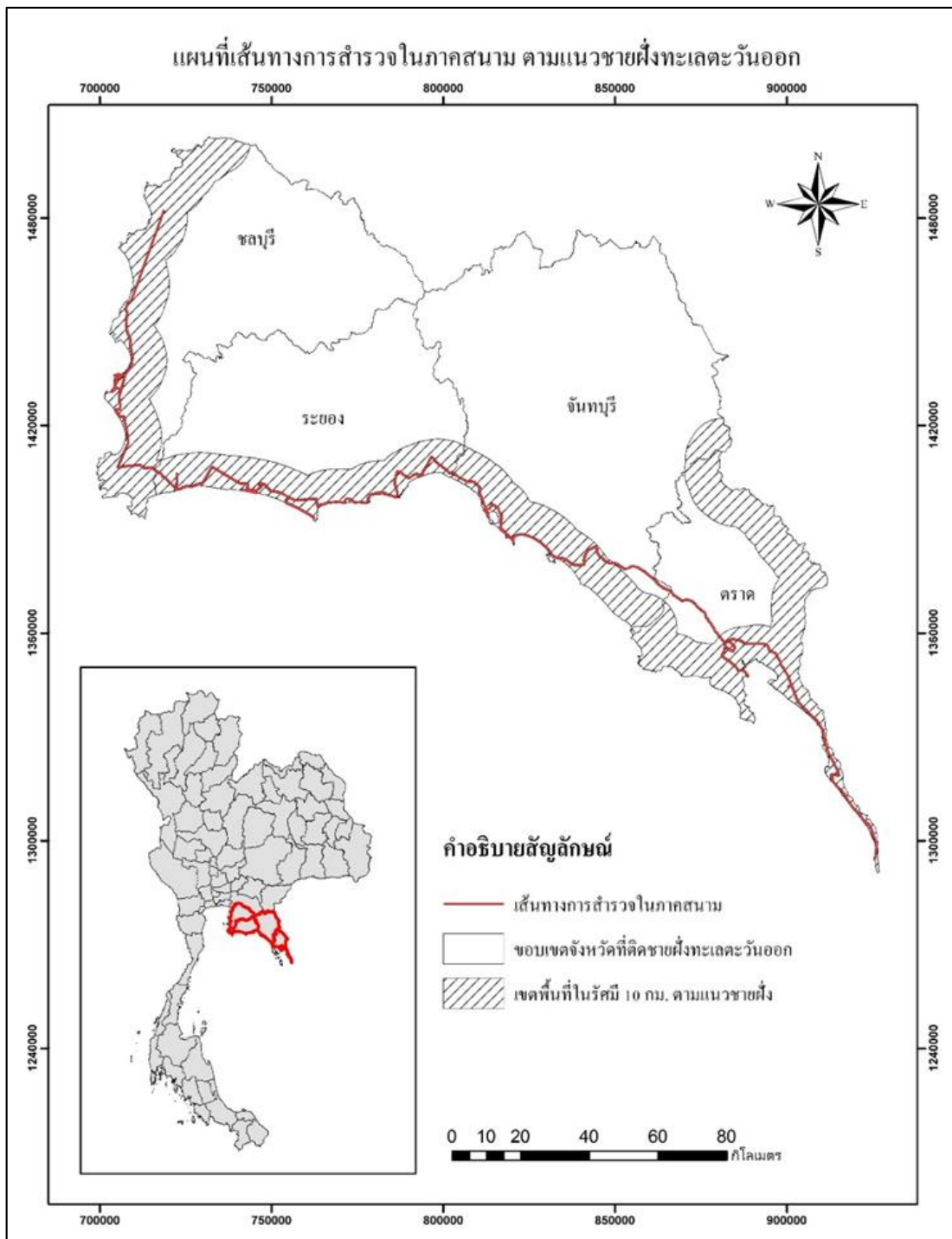
ผลการวิจัย

จากการศึกษาการประเมินกลยุทธ์ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจโรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเรียงลำดับการอธิบายผลการวิจัยในแต่ละส่วน ดังนี้

1. ผลการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก
2. ผลการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) แบบการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchical Process: AHP)
3. ผลการประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ
4. ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่
 - 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะทั่วไปของโรงแรม
 - 4.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม
 - 4.3 ผลการศึกษาด้านการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม
 - 4.4 การประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel
5. ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้แก่
 - 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก และลักษณะทั่วไปของโรงแรม
 - 5.2 แนวทางการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

ผลการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก

ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม ในรัศมี 10 กิโลเมตรจากชายฝั่งทะเลตะวันออก ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งมีเส้นทางการสำรวจดังภาพที่ 4-1 โดยการออกสำรวจได้ทำการเก็บ Track เส้นทางการสำรวจด้วยเครื่อง GPS



ภาพที่ 4-1 แผนที่เส้นทางการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก

จากการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งโรงแรม บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ตามเส้นทางการสำรวจ พบว่ามีโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาทั้งหมดจำนวน 257 โรงแรม โดยจังหวัดชลบุรีมีทั้งหมด 90 โรงแรม

จังหวัดระยองมีทั้งหมด 88 โรงแรม จังหวัดจันทบุรีมีทั้งหมด 57 โรงแรม และจังหวัดตราดมีทั้งหมด 22 โรงแรม ดัง ตารางที่ 4-1 และ ภาพที่ 4-2

ตารางที่ 4-1 รายชื่อโรงแรมในแต่ละจังหวัดจากการสำรวจบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	1	โบตานี บีช รีสอร์ท
	2	แปซิฟิก พาร์ค โฮเทล
	3	ราวินทรา บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา
	4	ซันเซ็ท ปาร์ค รีสอร์ท
	5	ซันเซ็ท วิลล่า บีช รีสอร์ท
	6	แกแล็คซี่ โฮเทล
	7	แหลมฉบัง ซิตี้ โฮเทล
	8	เวป อินท์ โฮเทล
	9	เดอะไฮน์
	10	ซีทูปายเดอะไฮล์
	11	เวย์
	12	การ์เด็นซีวิว รีสอร์ท
	13	การ์เด็นพาราไดซ์
	14	คลับ รอยัล
	15	โนโวเทล
	16	โกลเด็นทิวลิป
	17	ยูดริ่มโฮเทล
	18	เดอะ เรเดียน
	19	ลองบีช พาวิลเลียน
	20	การ์เด็น คลิฟ รีสอร์ท
	21	บ้านปลายหาด
	22	พูแมน
	23	พรีมาโฮเทล
	24	เซ็นทาราแกรนด์ รีสอร์ท
	25	เบลล่า วิลล่า
	26	เบสเบลล่า
	27	เดอะกรีนปาร์ค
	28	อามารี ออคิด พัทยา
	29	ฮอติเคย์
	30	มาร์คแลนด์ วิลเลจ

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	31	แชนดालะ รีสอร์ท
	32	เอ.วัน. รอยัลครุส
	33	ชาร์มิ่ง
	34	เดอะบีชฟรอนท์
	35	เบส บีช
	36	ดิสคัฟเวอรี บีช โฮเทล
	37	ทรอปิคาน่า
	38	ทวินปาล์ม รีสอร์ท
	39	มาเร่ มาเร่
	40	ฮาร์ตริค โฮเทล
	41	เดอะ อิมพีเรียล พัทยา
	42	บาศญา บีช โฮเทล
	43	ฟิลิปเปอร์ ลอดจ์
	44	ฮิลตัน พัทยา
	45	เนเชอรัล บีช โฮเทล
	46	นอตติคอลอินท์
	47	เอล.เค. ดีเอ็มเพลส
	48	ไมค์ โฮเทล
	49	รอยัล พาเลส โฮเทล
	50	โฮเทล บาลากูต้า
	51	เลค โฮเทล
	52	ซีซาร์ พาเลท
	53	เบย์บีช รีสอร์ท
	54	ไฮโซ โฮเทล
	55	รอยัล ไทย พาวิลเลียน
	56	ซีไซด์ จอมเทียนบีช รีสอร์ท
	57	ดราگون บีช รีสอร์ท
	58	เนเชอรัล พาร์ค
	59	อนันตยา รีสอร์ท
	60	ลุมพินี จอมเทียน ปาร์บีช รีสอร์ท
	61	เมโทร จอมเทียน
	62	ซิกม่า รีสอร์ท
	63	แชน โมดารา
	64	ชาร์เลตต์ บังกะโล
	65	จอมเทียน ฮอลิเดย์ โฮเทล

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	66	ชมทะเลรีสอร์ท
	67	เพชรพาวนิ
	68	นาเกลือบีชรีสอร์ท
	69	ที ซีคส์ ไฟว์
	70	ลองบีช การ์ดैन โฮเทล แอนด์ สปา
	71	การ์ดैनบีช รีสอร์ท
	72	ริมทะเล
	73	โคสต์ต้า บางแสน
	74	โค โค่ บีช รีสอร์ท
	75	จิตติมารีรีสอร์ท
	76	บ้านทะเล
	77	ลาพลาย่า บุติก
	78	ริมทะเล รีสอร์ท
	79	คราม บางแสน โฮเทล
	80	ซี บริส
	81	บางแสน รีสอร์ท
	82	เดอะไทด์ รีสอร์ท
	83	บางแสน เฮอริเทจ
	84	โรงแรม เอสทูบางแสน
	85	บางแสน วิลล่า
86	เดอะเซส	
87	โรงแรมเมอร์เมท	
88	โรงแรมอีสเทิน ชลบุรี	
89	โรงแรม ชลอินเตอร์	
90	โรงแรมใบบัว บีช รีสอร์ท	
ระยอง	1	ดราagoon บอล
	2	เดอะพาราไดซ์ โฮเทล
	3	โรงแรมชวนชื่น
	4	บ้านฉางคิลิพีช รีสอร์ท
	5	รอยัล พารา คิลิพีช รีสอร์ท
	6	บ้านฉางคิลิพีว 2
	7	บ้านฉางคิลิพีว 1
	8	พยุณ การ์ดैनคิลิพี
	9	ภูริมาส บีช โฮเทล
	10	น้ำริน รีสอร์ท

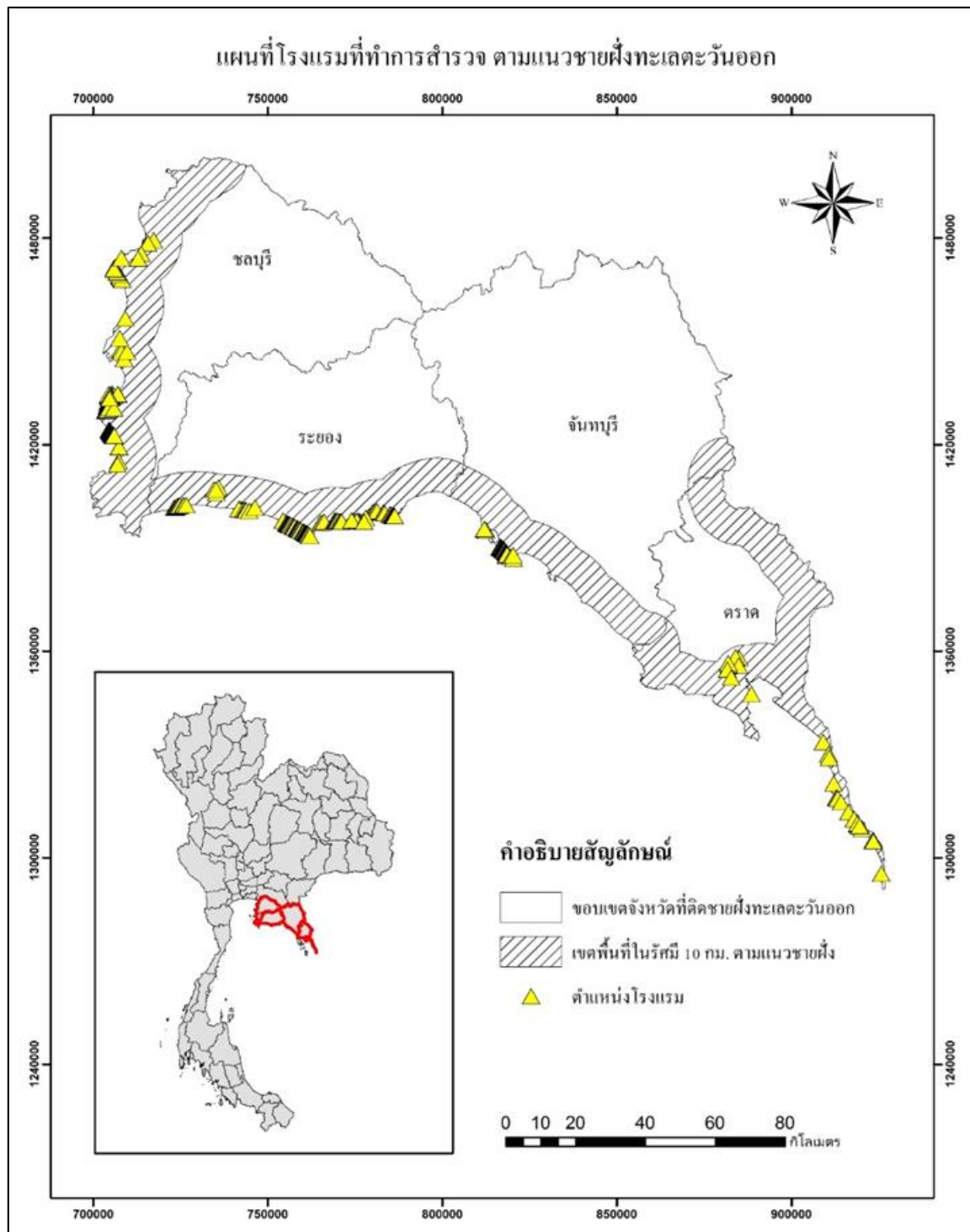
จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	11	หาดแสงจันทร์ รีสอร์ท
	12	แคนทารี เบย์ โฮเทล
	13	วรัญญา คอนโด
	14	ระยอง ซีวิว
	15	บ้านชายทะเล
	16	เดอะ อันติเมท
	17	ไอทะเล ลอดจ์
	18	ซี แชนด์ ซัน
	19	บ้านนันทรา สิริ
	20	ยาริสเฮ้าส์
	21	ปิยะ รีสอร์ท
	22	เบย์ วิว รีสอร์ท
	23	ธงชัย รีสอร์ท
	24	เพียรศรี รีสอร์ท
	25	บ้าน สบาย สบาย
	26	ดี สิริ สุข รีสอร์ท
	27	ชั้นทอง รีสอร์ท
	28	บ้านพร้อมพงศ์
	29	พฤษชาติ รีสอร์ท
	30	เวลลิงตัน
	31	ระยองโกล โฮเทล
	32	หินขาว
	33	ศิลาชล
	34	ดี เอ บังกะโล
	35	ไวท์ สโตน รีสอร์ท
	36	ปรางชนก รีสอร์ท
	37	ไฮ ระยอง
	38	บ้านจันทร์
	39	เมกไม้ วิลล่า
	40	วีไอพี เซน โฮเทล
	41	พามา รีสอร์ท
	42	บ้านปทุม บังกะโล
	43	พนาชล รีสอร์ท
	44	ชายตา รีสอร์ท
	45	เคียงทะเล รีสอร์ท

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	46	วังทองรีสอร์ท
	47	ไนซ์ บีช
	48	เกาะแก้ว รีสอร์ท
	49	เอส แลนด์ รีสอร์ท
	50	ยูงทอง วิลล่า
	51	บ้านสนเสม็ด
	52	บ้านสวนหาดสวย
	53	บ้านกฤษณี
	54	แอล โอ เอ็ม รีสอร์ท
	55	โฮม ดี ไฮด์
	56	เพ เสม็ด วิลล่า
	57	บารีละไม รีสอร์ท
	58	จรรยา รีสอร์ท
	59	ทีค ซีรีส์ บูทิก รีสอร์ท
	60	บ้านทรายแก้ว
	61	ซิลเวอร์ บีช
	62	เดอะ ฟรินเซส
	63	แกรนด์บลู
	64	เอวา
	65	แม่พิมพ์ ชาเร่
	66	ดิสอิส รีสอร์ท
	67	พิมพ์ ธารา รีสอร์ท
	68	วิลล่า บาทลี
	69	แม่พิมพ์ รีสอร์ท
	70	วูล์ฟิส
	71	สินสยามรีสอร์ท
	72	พิมพ์พิมาน
	73	พิมพ์บีช รีสอร์ท
	74	เดอะทอยอาร์ต รีสอร์ท
	75	ซีวิว รีสอร์ท
76	เฮฮา นาวิ	
77	ลมทะเลชาเลย์	
78	ระยอง แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา	
79	บ้านสิริ ออนซี	
80	ซี เนเจอร์ รีสอร์ท	

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	81	โนโวเทล
	82	รุ่งนภา ลอดจ์
	83	คลิสตัลบีช
	84	แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท
	85	ระยองซาเร่
	86	เดอะเอทบายเดอะซี
	87	หินสวยน้ำใส
	88	พลับพลา ธารา
จันทบุรี	1	ชมทะเลรีสอร์ท
	2	วนาวารี รีสอร์ท
	3	เป็กโก้คอฟ รีสอร์ท
	4	บ้านอัครณี
	5	ออร์คิดเฮ้า รีสอร์ท
	6	เพลิวิมาน โฮมสเตย์
	7	เจ้าหลาวทอแสงบีช รีสอร์ท
	8	สไมล์บีช บุติด รีสอร์ท
	9	บ้านอิมสุข
	10	เบิร์ดบีช รีสอร์ท
	11	อิงทะเล
	12	บ้านตุ้ม
	13	ตะวันรุ่ง
	14	ขวัญใจรีสอร์ท
	15	ตะวันรอน รีสอร์ท
	16	ป็นสุข รีสอร์ท
	17	พยุณ รีสอร์ท
	18	รีสอร์ทหยอดหญ้า
	19	ธาราทิพย์ รีสอร์ท
	20	ลานาทองรีสอร์ท
	21	ทองสุวรรณ รีสอร์ท
	22	ทิพย์วิมานรีสอร์ท
	23	ทองสุวรรณ รีสอร์ท 2
	24	วิลล่า บลังก้า
	25	หาดทรายทองรีสอร์ท
	26	เจ้าหลาวคาบาน่า รีสอร์ท
	27	เดอะเรสซิเดนซ์ เจ้าหลาว รีสอร์ท

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
จันทบุรี	28	หาดต้นคลื่นสววย
	29	น้ำใสลอฟท์
	30	ต้นหว่า
	31	น้ำใสรีสอร์ท
	32	ทรายขาวรีสอร์ท
	33	สุขสำราญ
	34	บ้าน 9 กระรัต
	35	บ้านน้ำ รีสอร์ท
	36	หาดสววย รีสอร์ท
	37	ทะเลเดี่ยว รีสอร์ท
	38	เบส รีสอร์ท
	39	ยาใจ รีสอร์ท
	40	ทะเลสววย รีสอร์ท
	41	สตาร์บีช
	42	แซนด์คูนส์ เจ้าหลาว บีช รีสอร์ท
	43	บ้านชวนชม
	44	สำราญดี รีสอร์ท
	45	แพ็บ โฮเทล
	46	อยู่สบาย รีสอร์ท
	47	จันทร์เจ้าหลาว
	48	บুম บุม รีสอร์ท
	49	ปลายทะเล
	50	บ้านชมทะเล
	51	วิลล่า ซาซ่า
	52	สุดขอบฟ้า
	53	สมาคุณ
	54	นิวแทรเวล บีช โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท
	55	ซีเชลล์ วิลเลจ รีสอร์ท
	56	บ้านเรือรีสอร์ท
57	อัลเมดิน่า บีช เฮ้าส์	
ตราด	1	เมือง ตราด โฮเทล
	2	โรงแรมตราดเซ็นเตอร์
	3	ทอศคาน่า ตราด
	4	บ้านปาน ศรี รีสอร์ท
	5	บ้านบุรีรีสอร์ท

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ตราด	6	หาดมุกแก้ว
	7	โกลเด้นคลิฟบีช รีสอร์ท
	8	เซ็นทารา แกรนด์
	9	ไม้รุ๊ด รีสอร์ท
	10	ปาหนัน รีสอร์ท
	11	บานชื่น รีสอร์ท
	12	ออรดา รีสอร์ท
	13	แมงโก้ บีช รีสอร์ท
	14	ไทม์บีช รีสอร์ท
	15	ชาญชล รีสอร์ท
	16	หาดสนรีสอร์ท
	17	ตากอากาศ
	18	บ้านทะเลภูรีสอร์ท
	19	ทวิศักดิ์ รีสอร์ท
	20	โรงแรม คลองใหญ่
21	พบทะเล รีสอร์ท	
22	บ้านพักขจิตพันธ์	



ภาพที่ 4-2 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมทั้งหมดที่ทำการสำรวจ ตามแนวชายฝั่งทะเลตะวันออก

ผลการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) แบบการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchical Process : AHP)

การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้เชี่ยวชาญด้านนักพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม นักภูมิสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งใช้ข้อมูลแบบสอบถาม Online และ Offline ในการให้ค่าคะแนนแบบเปรียบเทียบปัจจัยเชิงคู่ (Pairwise Comparison) จากปัจจัยหลักทั้ง 4 ประเภทและปัจจัยรอง 17 ประเภท ได้แก่

1. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยรอง ดังนี้
 - 1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
 - 1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
 - 1.4 แหล่งท่องเที่ยววันหยุดนันทนาการ
2. ด้านการเข้าถึงการเดินทาง ประกอบด้วยปัจจัยรอง ดังนี้
 - 2.1 ระยะห่างจากถนนสายหลัก
 - 2.2 ระยะห่างจากถนนสายรอง
 - 2.3 ระยะห่างจากสนามบิน
 - 2.4 ระยะห่างจากสถานีรถไฟ
 - 2.5 ระยะห่างจากสถานีขนส่งรถโดยสาร
 - 2.6 ระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์
3. ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยปัจจัยรอง ดังนี้
 - 3.1 ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
 - 3.2 ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ
 - 3.3 ระยะห่างจากโรงพยาบาล
4. ด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม ประกอบด้วยปัจจัยรอง ดังนี้
 - 4.1 พื้นที่เสี่ยงอุทกภัย
 - 4.2 พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก
 - 4.3 ความหนาแน่นของชุมชน
 - 4.4 ระยะห่างจากสถานีตำรวจ

โดยข้อมูล AHP ทั้งหมดจากผู้เชี่ยวชาญ จะดำเนินการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency Ratio : CR) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ $CR < 0.12$ จากนั้นดำเนินการหาค่า Eigenvector และนำค่าเฉลี่ย (column Average) ที่ได้ไปปรับเป็นค่าข้อมูลแบบเส้นตรง (Linear Ranking) และนำค่าน้ำหนักที่ได้จากปัจจัยหลักไปวิเคราะห์ร่วมกับค่าปัจจัยรอง เพื่อจัดทำตารางค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยรองพร้อมวิเคราะห์ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (แสดงดังตารางที่ 4-2)

ตารางที่ 4-2 ค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยรองพร้อมวิเคราะห์ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			
Factor	Weight	Criteria	Rate
ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	16	ระยะห่าง < 5 กม.	3
		ระยะห่าง > 5 - แต่ไม่เกิน 30 กม.	2
		ระยะห่าง > 30 กม.	1
ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	12	ระยะห่าง < 5 กม.	3
		ระยะห่าง > 5 - แต่ไม่เกิน 30 กม.	2
		ระยะห่าง > 30 กม.	1
ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	8	ระยะห่าง < 5 กม.	3
		ระยะห่าง > 5 - แต่ไม่เกิน 30 กม.	2
		ระยะห่าง > 30 กม.	1
ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4	ระยะห่าง < 5 กม.	3
		ระยะห่าง > 5 - แต่ไม่เกิน 30 กม.	2
		ระยะห่าง > 30 กม.	1
ด้านการเข้าถึงการเดินทาง			
Factor	Weight	Criteria	Rate
ระยะห่างจากถนนสายหลัก	18	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ระยะห่างจากถนนสายรอง	15	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ระยะห่างจากสถานีขนส่งรถโดยสาร	12	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ระยะห่างจากสนามบิน	9	ระยะห่าง < 60 กม.	3
		ระยะห่าง > 60 - แต่ไม่เกิน 100 กม.	2
		ระยะห่าง > 100 กม.	1
ระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์	6	ระยะห่าง < 10 กม.	3

		ระยะห่าง > 10 - แต่ไม่เกิน 30 กม.	2
		ระยะห่าง > 30 กม.	1
ระยะห่างจากสถานีรถไฟ	3	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก			
Factor	Weight	Criteria	Rate
ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ	6	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า	4	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ระยะห่างจากโรงพยาบาล	2	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม			
Factor	Weight	Criteria	Rate
พื้นที่เสี่ยงอุทกภัย	8	นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	2
		ในเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	1
พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก	6	นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	2
		ในเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	1
ระยะห่างจากสถานีตำรวจ	4	ระยะห่าง < 1 กม.	3
		ระยะห่าง > 2 - แต่ไม่เกิน 5 กม.	2
		ระยะห่าง > 5 กม.	1
ความหนาแน่นของชุมชน	2	> 129 คน/ตร.กม.	4
		100 - 129 คน/ตร.กม.	3
		70 - 99 คน/ตร.กม.	2
		<70 คน/ตร.กม.	1

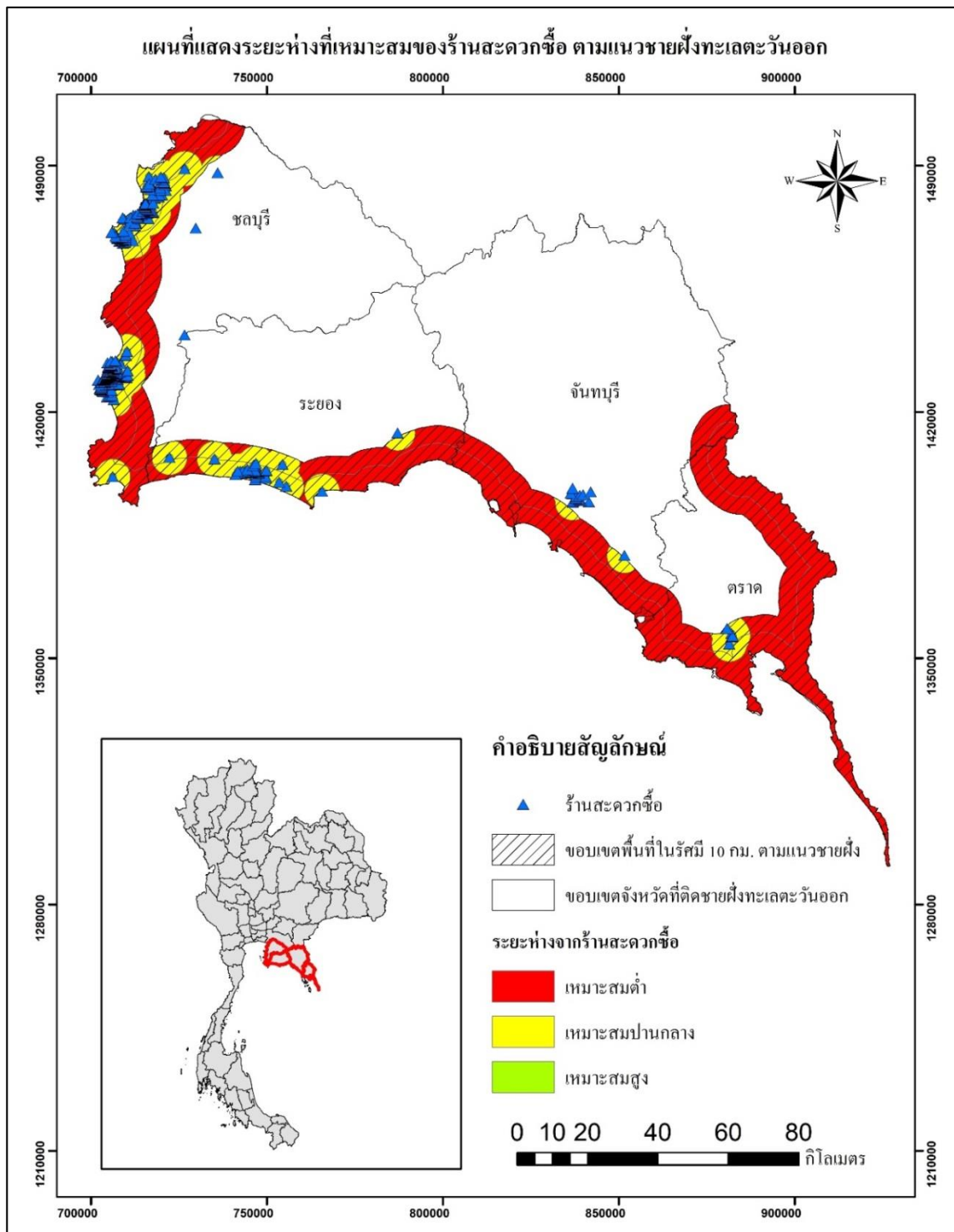
ผลการประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ

1. ผลการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมจากปัจจัยด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) โดยประเมินแต่ละปัจจัยรอง ดังนี้

1.1 ระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 246.59 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 5.25 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 935.22 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 3,518.33 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 74.85 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-3 และภาพที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	246.59	5.25
เหมาะสมปานกลาง	935.22	19.90
เหมาะสมต่ำ	3,518.34	74.85
รวม	4,700.15	100.00



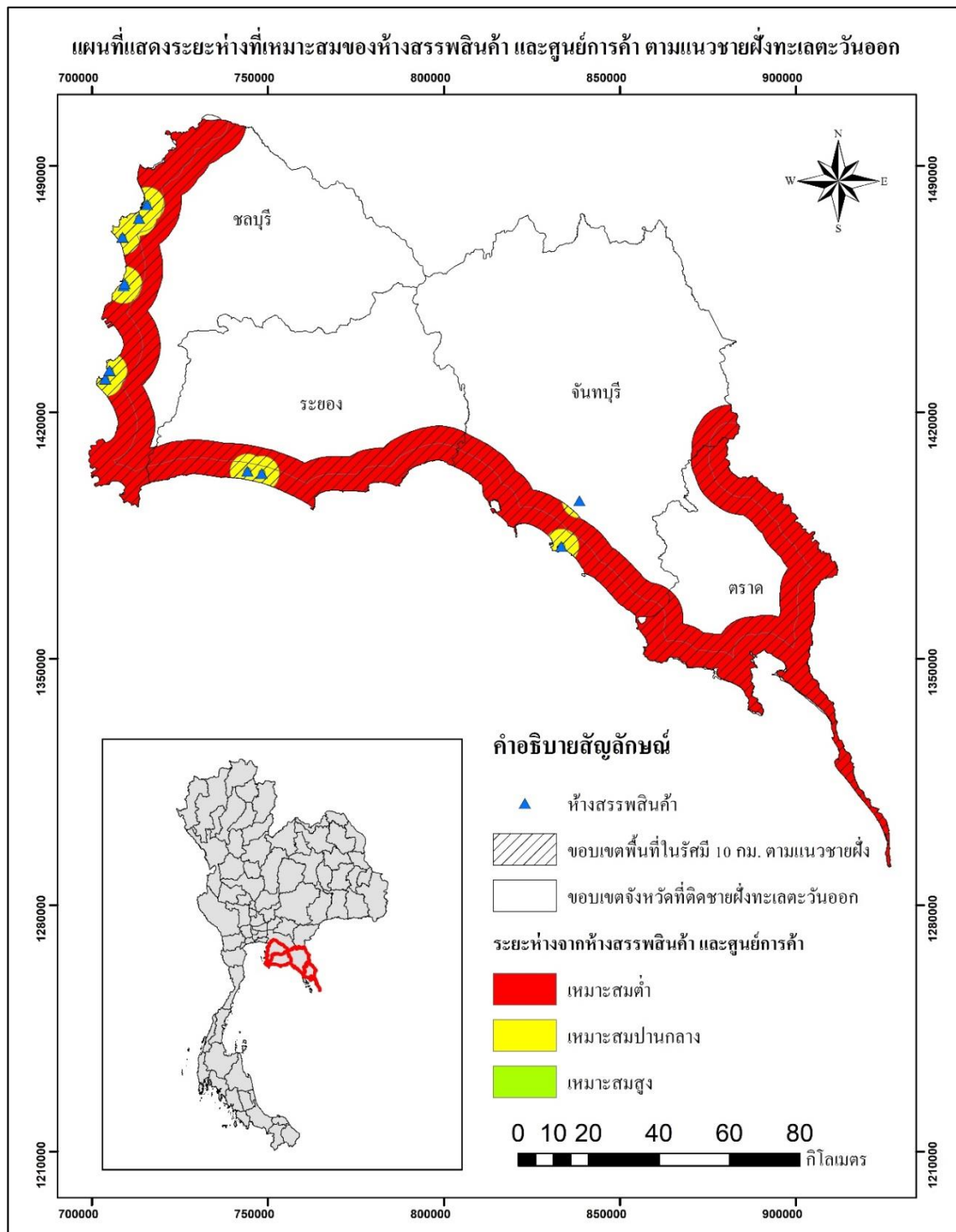
ภาพที่ 4-3 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อ ในพื้นที่ศึกษา

1.2 ระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 28.07 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ

0.60 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 367.26 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 7.81 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 4,304.81 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 91.59 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-4 และภาพที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากทางสรรพสินค้า และศูนย์การค้า

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	28.07	0.60
เหมาะสมปานกลาง	367.26	7.81
เหมาะสมต่ำ	4,304.82	91.59
รวม	4,700.15	100.00



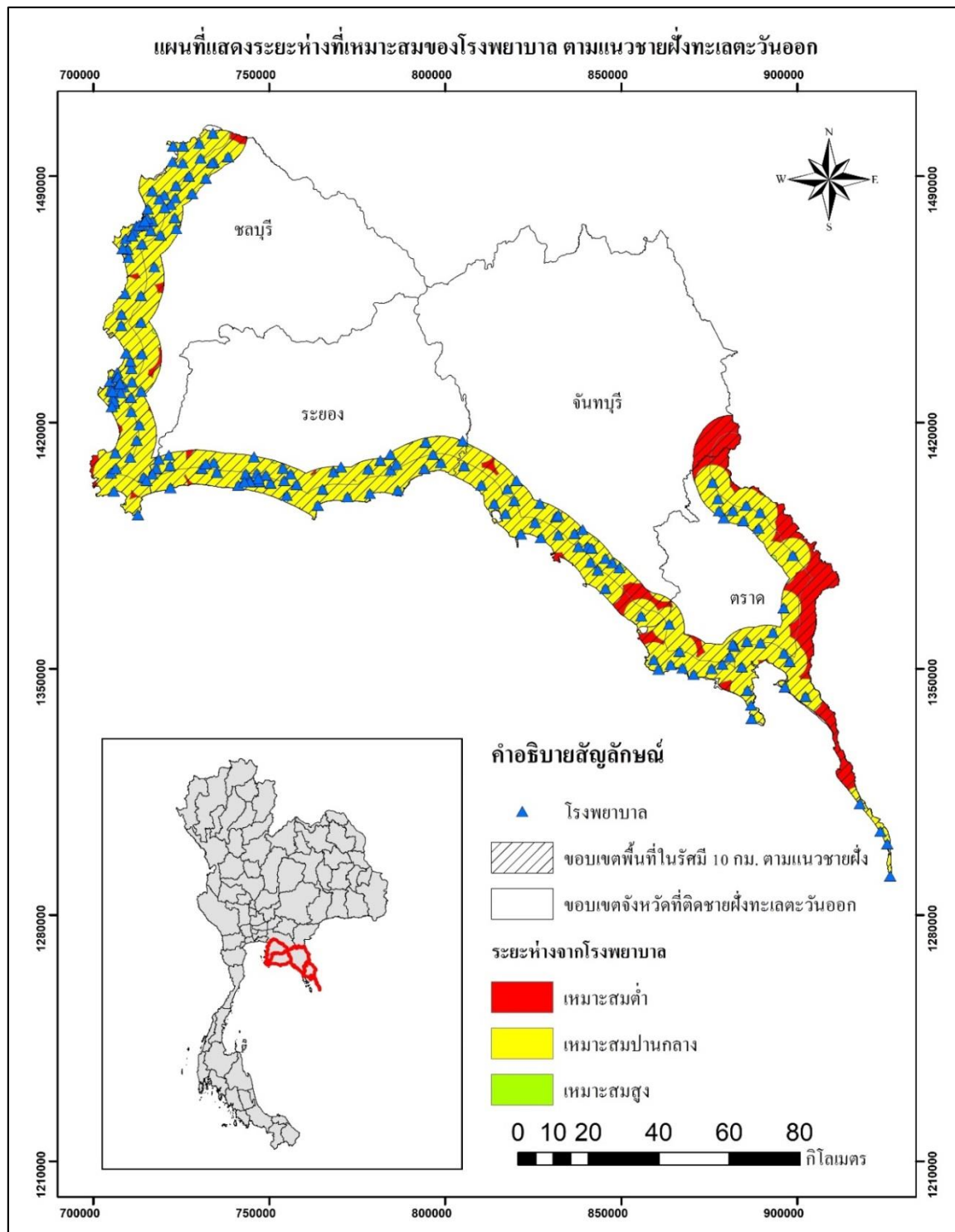
ภาพที่ 4-4 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า ในพื้นที่ศึกษา

1.3 ระยะห่างจากโรงพยาบาล จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากโรงพยาบาล มี

พื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 521.06 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 11.09 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่
เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 3,543.58 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 75.39 ของพื้นที่ทั้งหมด)
และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 635.51 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 13.52 ของพื้นที่ทั้งหมด)
ดังตารางที่ 4-5 และภาพที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากโรงพยาบาล

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	521.06	11.09
เหมาะสมปานกลาง	3,543.58	75.39
เหมาะสมต่ำ	635.51	13.52
รวม	4,700.15	100.00



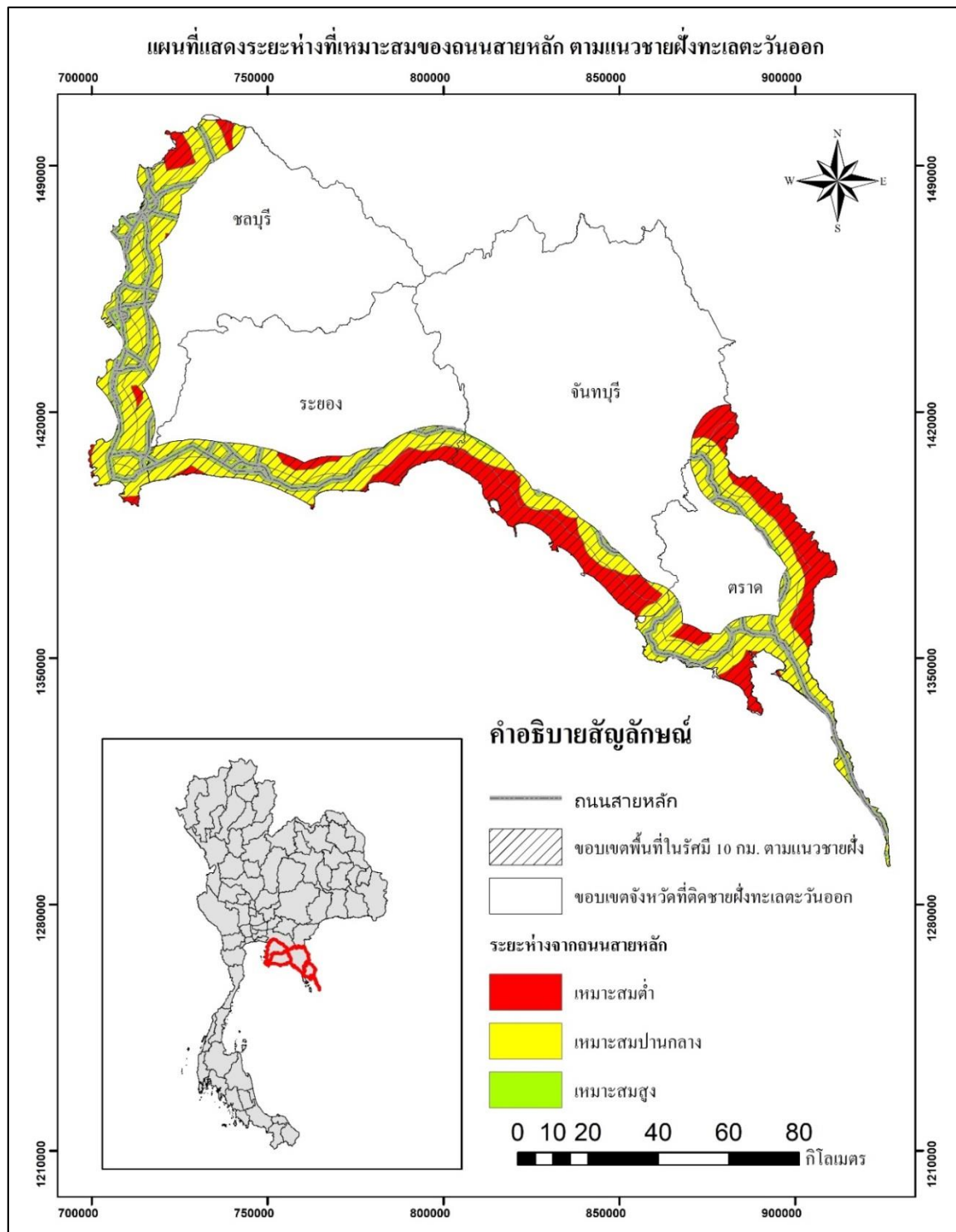
ภาพที่ 4-5 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากโรงพยาบาล ในพื้นที่ศึกษา

2. ผลการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมจากปัจจัยด้านการเข้าถึงการเดินทาง (Transportation) โดยประเมินแต่ละปัจจัยรอง ดังนี้

2.1 ระยะห่างจากถนนสายหลัก จากการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากถนนสายหลัก มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 1,131.40 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 24.07 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,274.48 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 48.39 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 1,294.27 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 27.54 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-6 และภาพที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายหลัก

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	1,131.40	24.07
เหมาะสมปานกลาง	2,274.48	48.39
เหมาะสมต่ำ	1,294.27	27.54
รวม	4,700.15	100.00



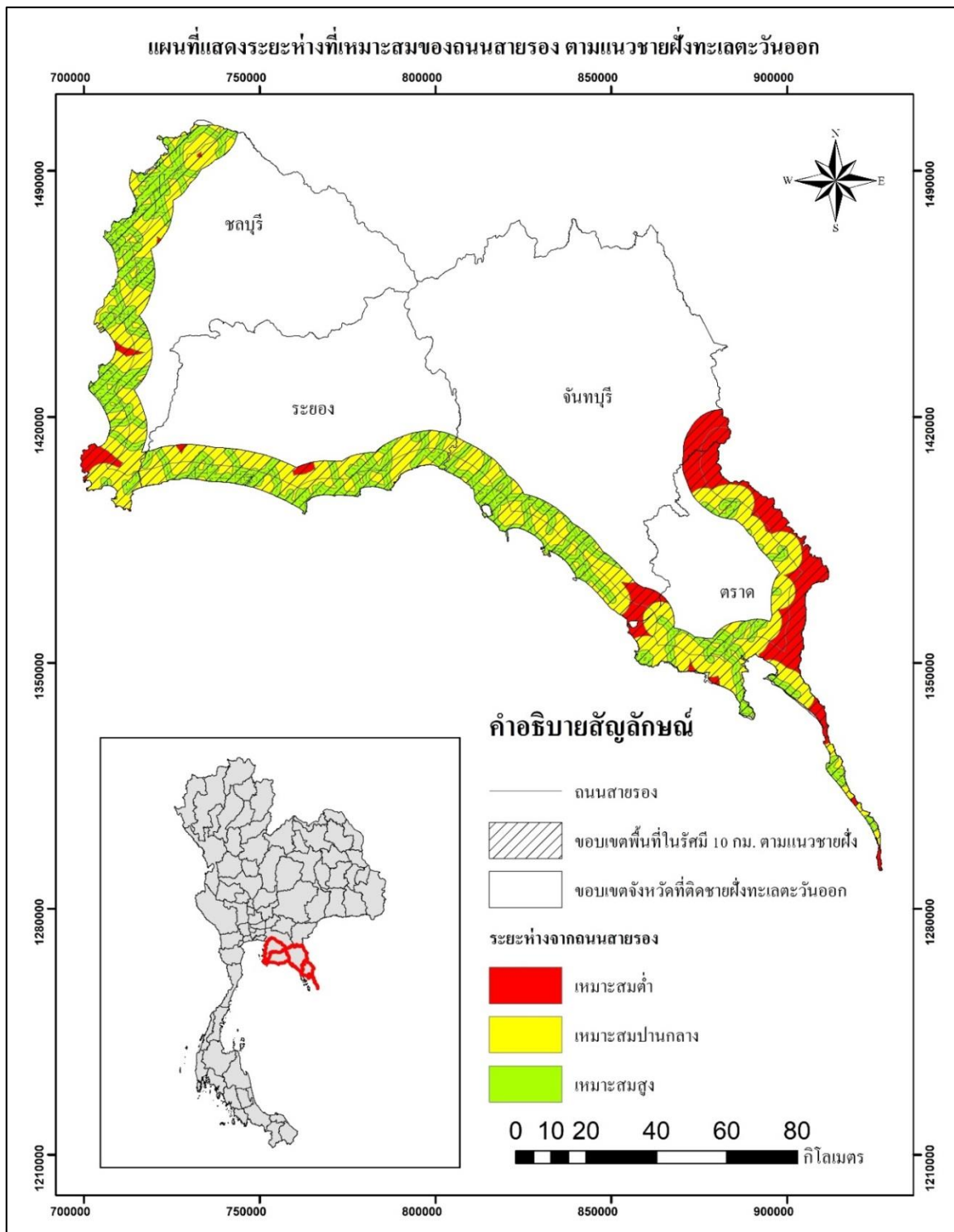
ภาพที่ 4-6 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายหลัก ในพื้นที่ศึกษา

2.2 ระยะห่างจากถนนสายรอง จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากถนนสายรอง มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 1,741.65 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 37.06 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่

เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,189.04 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 46.57 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 769.46 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 16.37 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-7 และภาพที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายรอง

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	1,741.65	37.06
เหมาะสมปานกลาง	2,189.04	46.57
เหมาะสมต่ำ	769.46	16.37
รวม	4,700.15	100.00



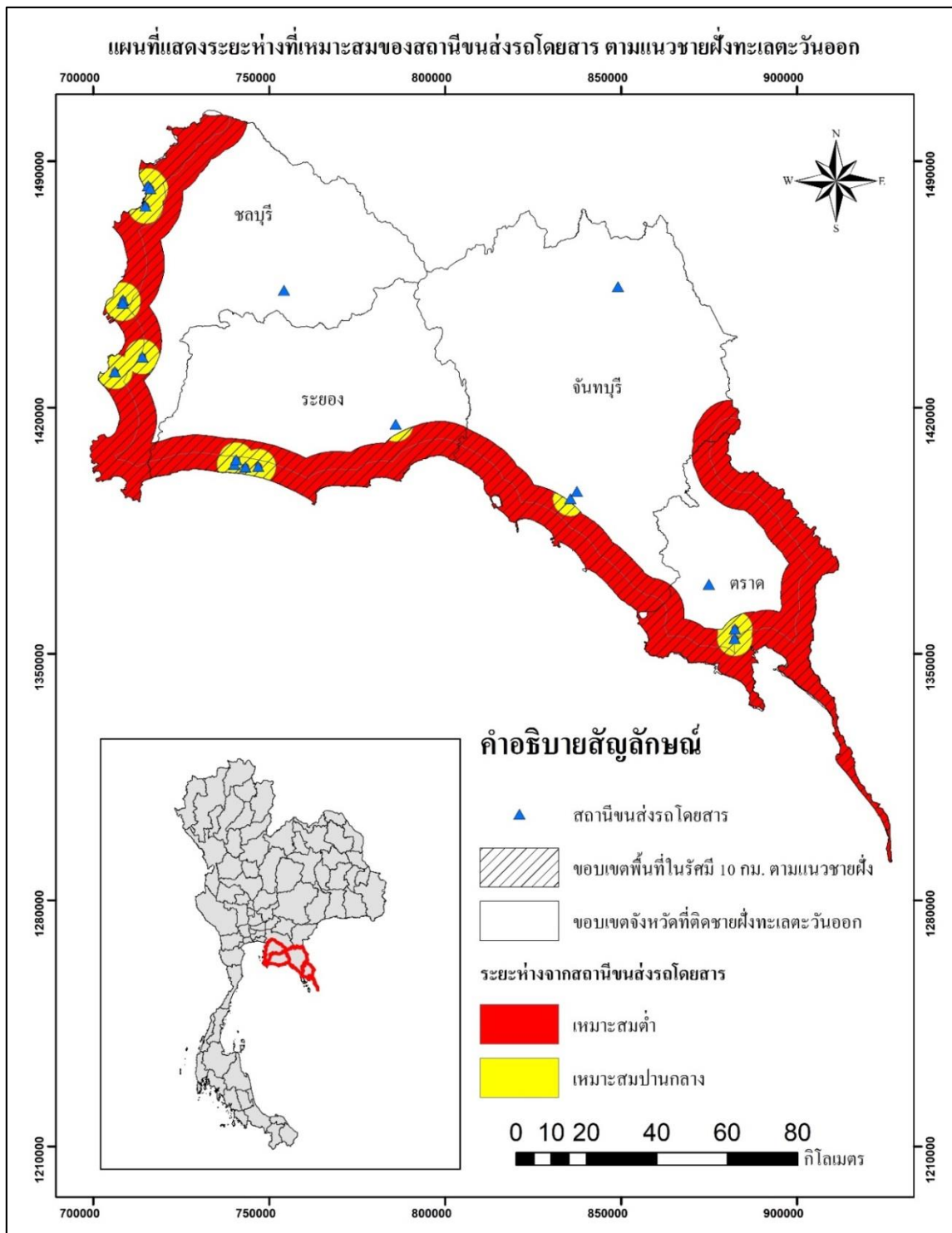
ภาพที่ 4-7 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากถนนสายรอง ในพื้นที่ศึกษา

2.3 ระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร มีพื้นที่เหมาะสมปานกลางทั้งหมด 543.66 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 11.57

ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 4,156.49 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 88.43 ของพื้นที่ทั้งหมด) ซึ่งในปัจจุบันนี้จะไม่มีความเหมาะสมสูง ดังตารางที่ 4-8 และภาพที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมปานกลาง	543.66	11.57
เหมาะสมต่ำ	4,156.49	88.43
รวม	4,700.15	100.00



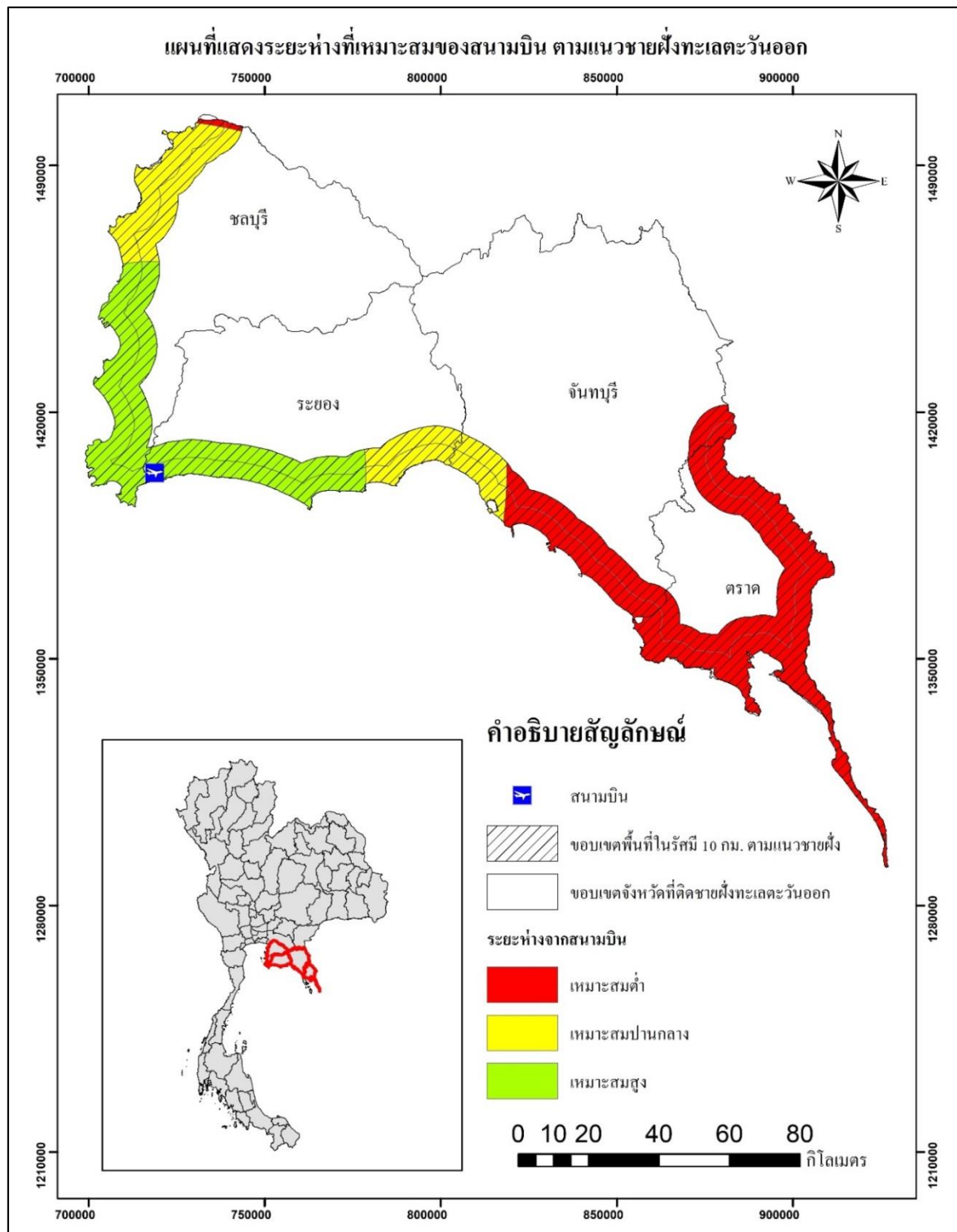
ภาพที่ 4-8 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีขนส่งโดยสาร ในพื้นที่ศึกษา

2.4 ระยะห่างจากสนามบิน จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากสนามบิน มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 1,458.90 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 31.04 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่

เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 1,037.63 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 22.08 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 2,203.62 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 46.88 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-9 และภาพที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสนามบิน

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	1,458.90	31.04
เหมาะสมปานกลาง	1,037.63	22.08
เหมาะสมต่ำ	2,203.62	46.88
รวม	4,700.15	100.00



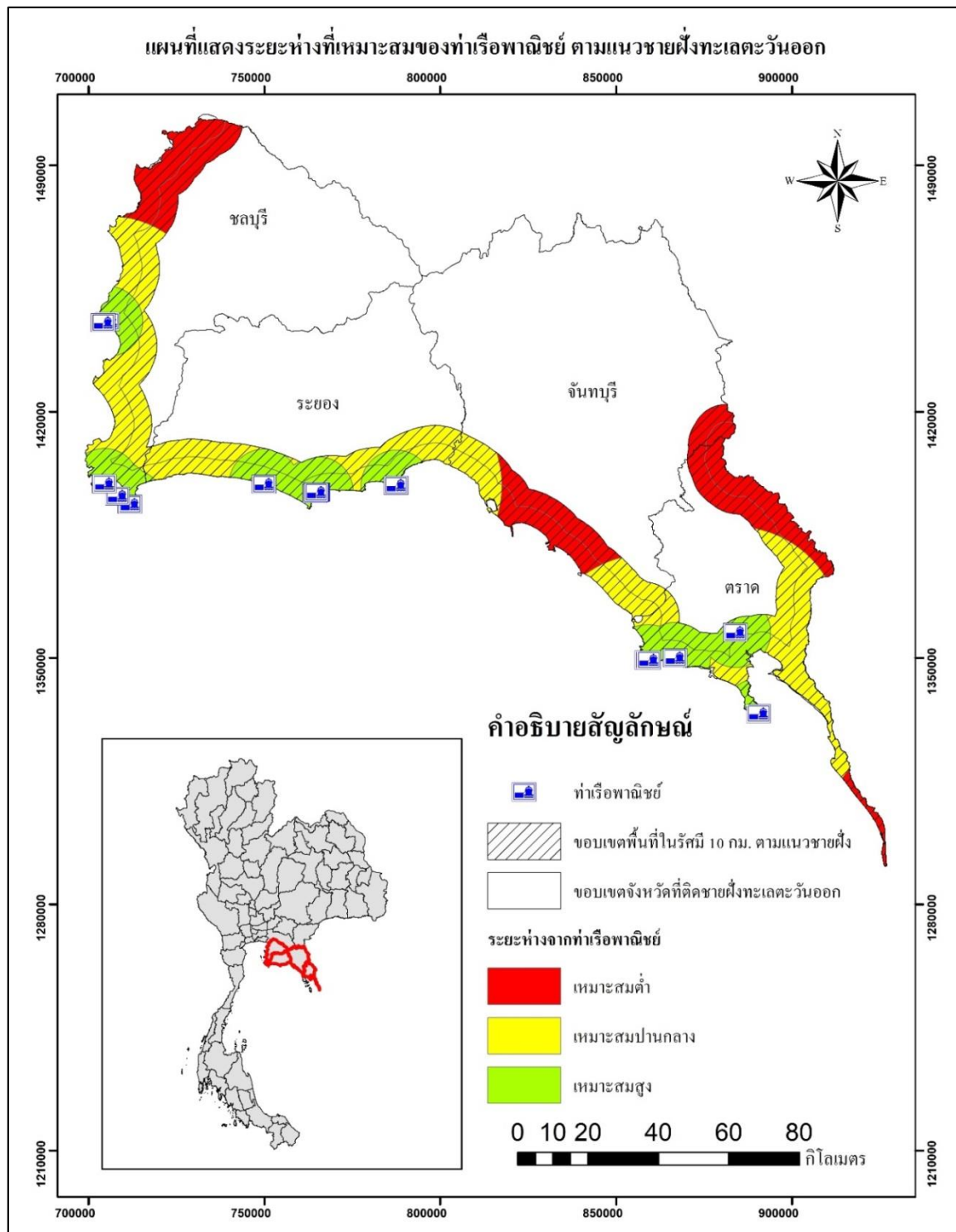
ภาพที่ 4-9 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสนามบิน ในพื้นที่ศึกษา

2.4 ระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 1,124.44 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 23.92 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่

เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,150.10 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 45.75 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 1,425.61 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 30.33 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-10 และภาพที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากท่าเรือพาณิชย์

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	1,124.44	23.92
เหมาะสมปานกลาง	2,150.10	45.75
เหมาะสมต่ำ	1,425.61	30.33
รวม	4,700.15	100.00



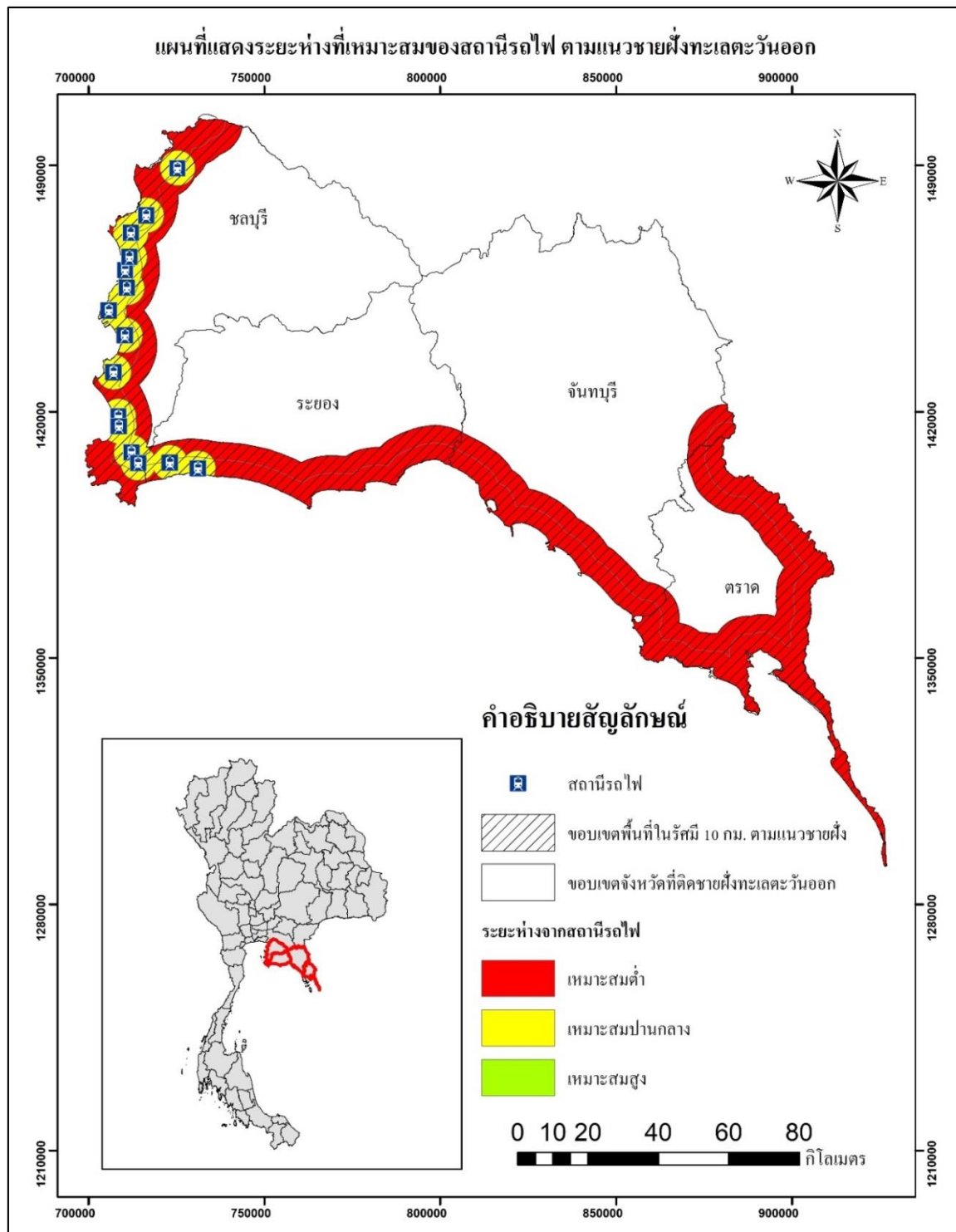
ภาพที่ 4-10 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากจากท่าเรือพาณิชย์ ในพื้นที่ศึกษา

2.5 ระยะห่างจากสถานีรถไฟ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 46.86 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 1.00 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสม

ปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 749.40 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 15.94 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 3,903.89 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 83.06 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-11 และภาพที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	46.86	1.00
เหมาะสมปานกลาง	749.40	15.94
เหมาะสมต่ำ	3,903.89	83.06
รวม	4,700.15	100.00



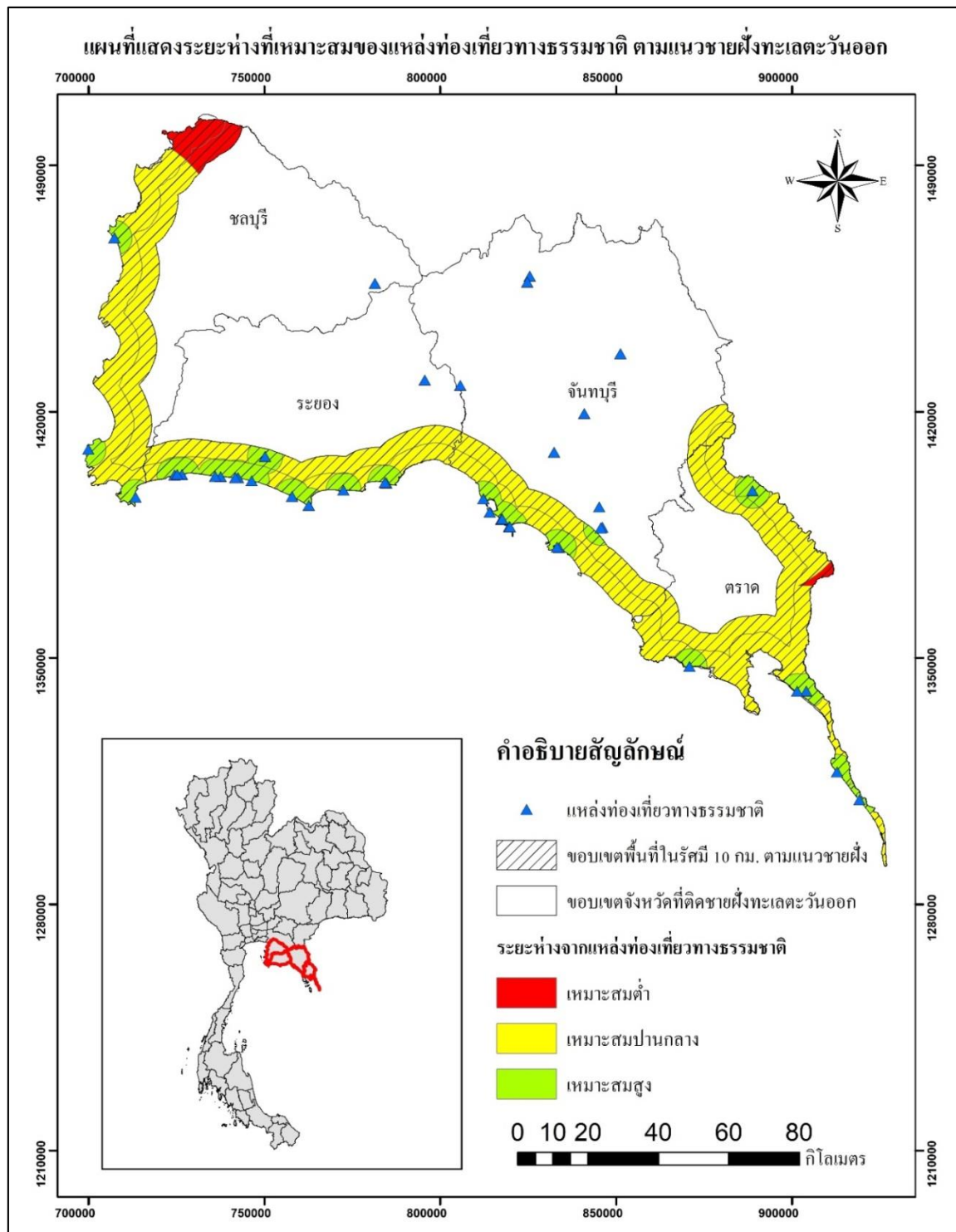
ภาพที่ 4-11 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีรถไฟ ในพื้นที่ศึกษา

3. ผลการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมจากปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (landmark) โดยประเมินแต่ละปัจจัยรอง ดังนี้

3.1 ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 749.09 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 15.94 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 3,745.17 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 79.68 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 205.89 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 4.38 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-12 และภาพที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	749.09	15.94
เหมาะสมปานกลาง	3,745.17	79.68
เหมาะสมต่ำ	205.89	4.38
รวม	4,700.15	100.00



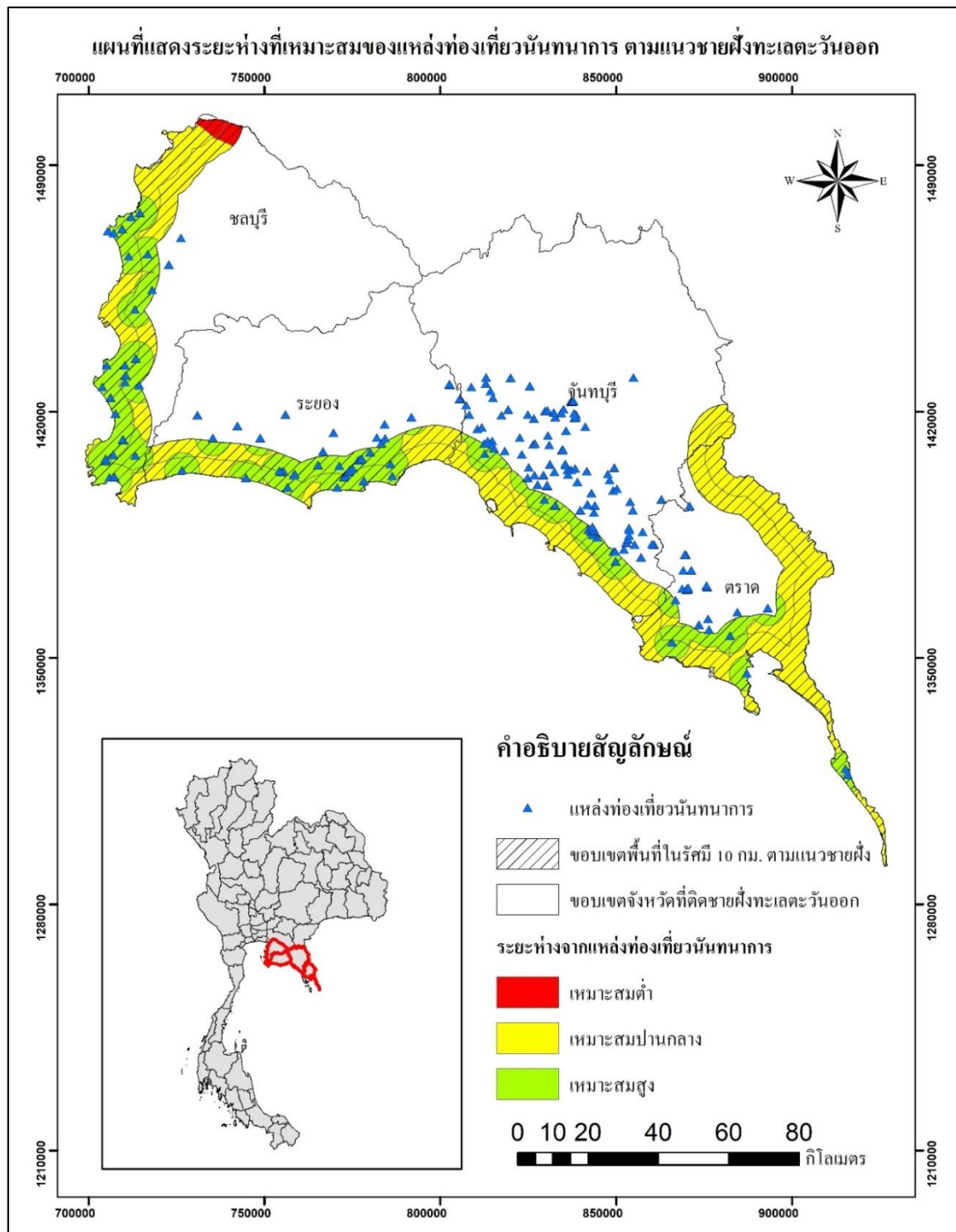
ภาพที่ 4-12 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในพื้นที่ศึกษา

3.2 ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนันทนาการ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจาก

แหล่งท่องเที่ยววนันทนาการ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 1,946.87 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 41.42 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,695.99 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 57.36 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 57.29 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 1.22 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-13 และภาพที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววนันทนาการ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	1,946.87	41.42
เหมาะสมปานกลาง	2,695.99	57.36
เหมาะสมต่ำ	57.29	1.22
รวม	4,700.15	100.00



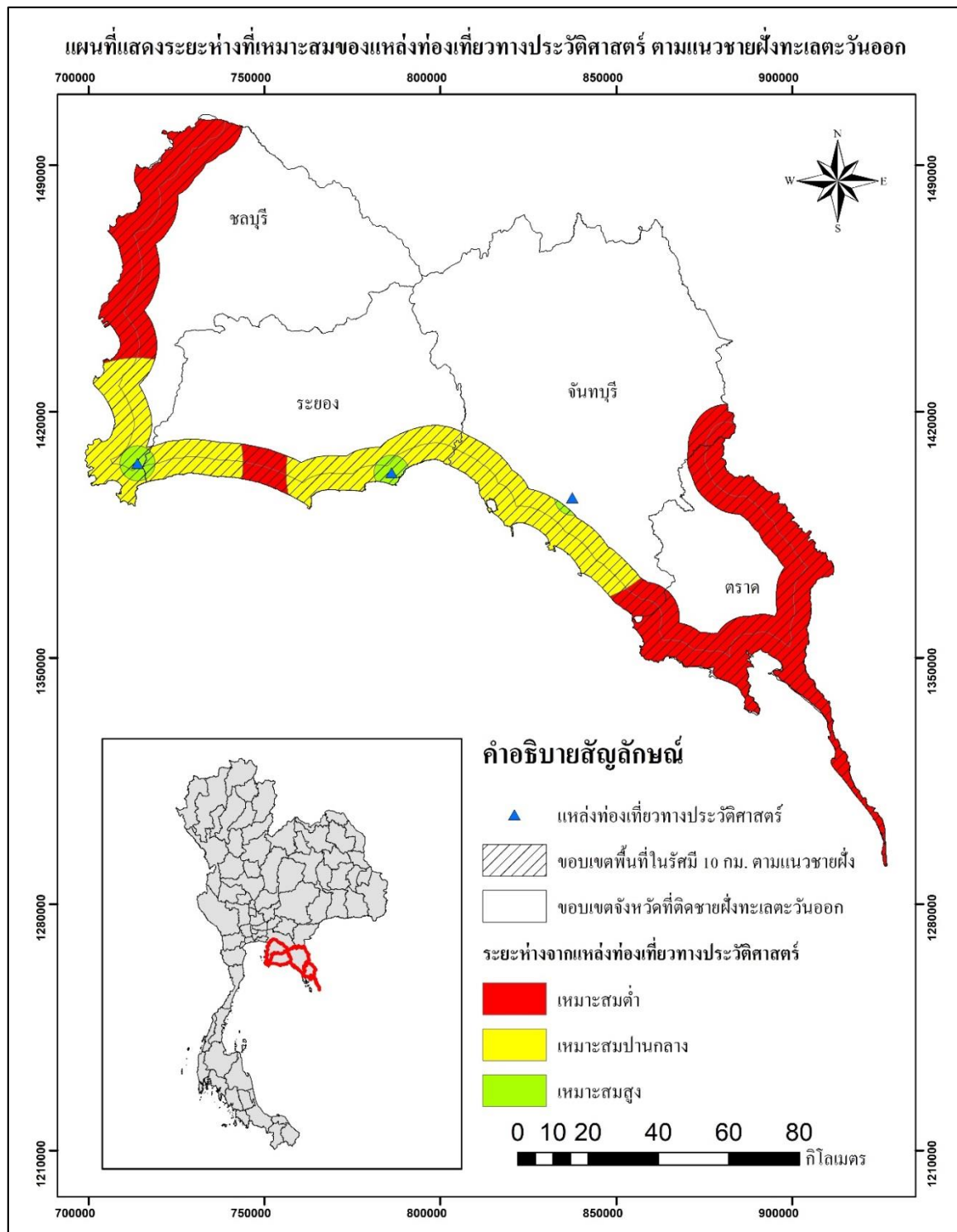
ภาพที่ 4-13 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยววันนันทนาการ ในพื้นที่ศึกษา

3.3 ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่าง

จากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 146.68 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 3.12 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 1,798.66 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 38.27 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 2,754.81 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 58.61 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-14 และภาพที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	146.68	3.12
เหมาะสมปานกลาง	1,798.66	38.27
เหมาะสมต่ำ	2,754.81	58.61
รวม	4,700.15	100.00



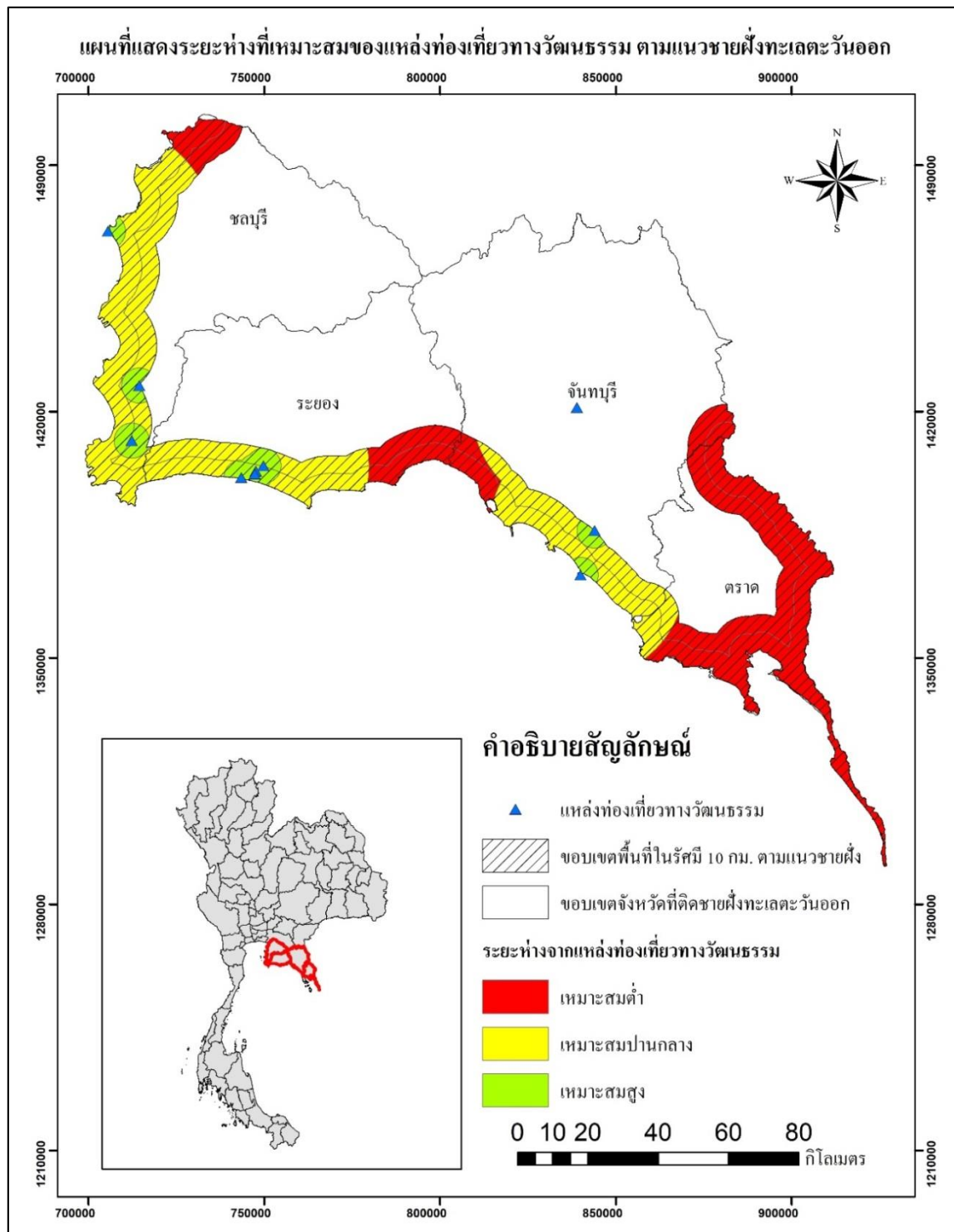
ภาพที่ 4-14 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในพื้นที่ศึกษา

3.4 ระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่าง

จากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 326.44 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 6.95 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,297.26 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 48.88 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 2,076.45 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 44.17 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-15 และภาพที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	326.44	6.95
เหมาะสมปานกลาง	2,297.26	48.88
เหมาะสมต่ำ	2,076.45	44.17
รวม	4,700.15	100.00



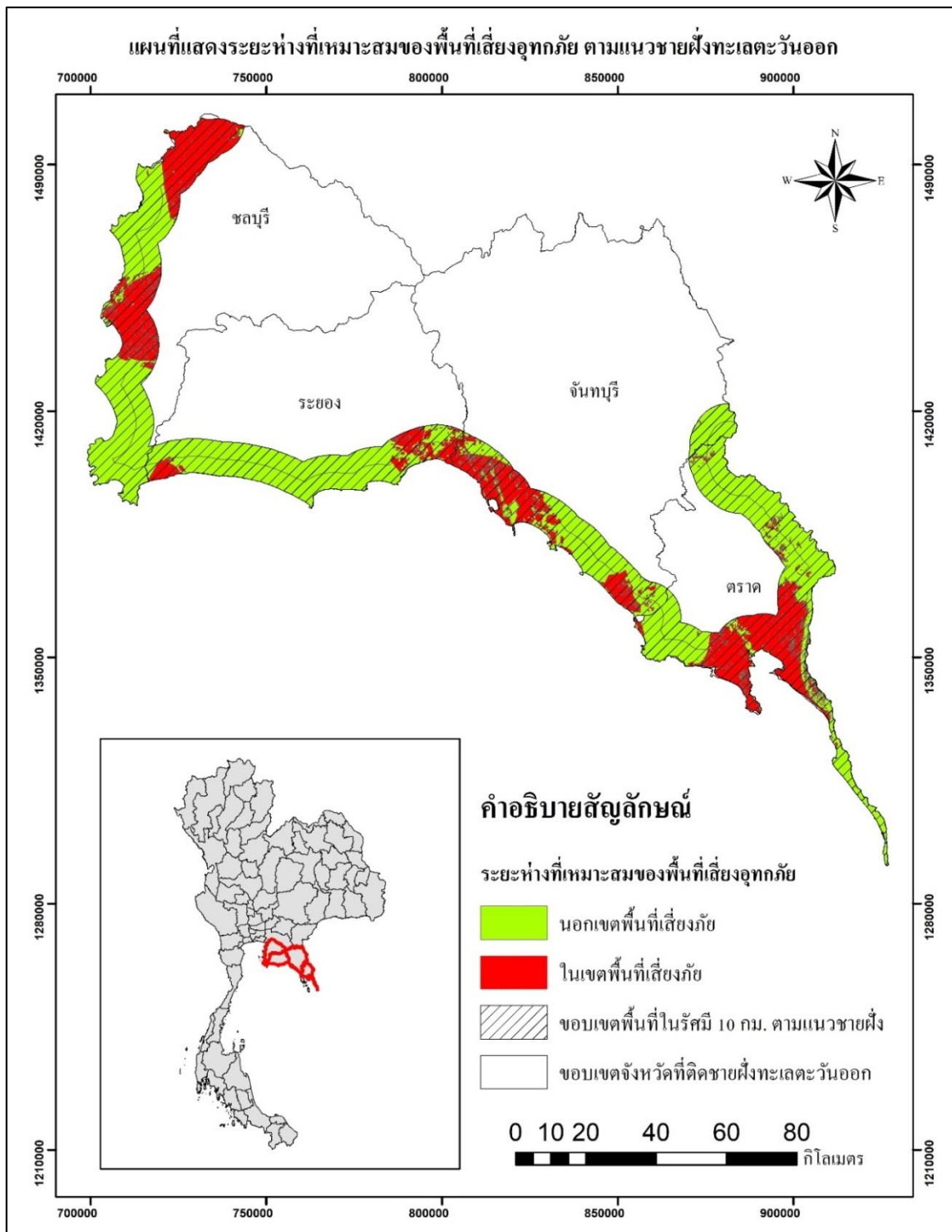
ภาพที่ 4-15 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในพื้นที่ศึกษา

4. ผลการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมจากปัจจัยด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม (Disaster and Crime) โดยประเมินแต่ละปัจจัยรอง ดังนี้

4.1 พื้นที่เสี่ยงอุทกภัย จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย มีพื้นที่นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัยทั้งหมด 3,364.69 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 71.59 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่ในเขตพื้นที่เสี่ยงภัยทั้งหมด 1,335.46 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 28.41 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-16 และภาพที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	3,364.69	71.59
ในเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	1,335.46	28.41
รวม	4,700.15	100.00



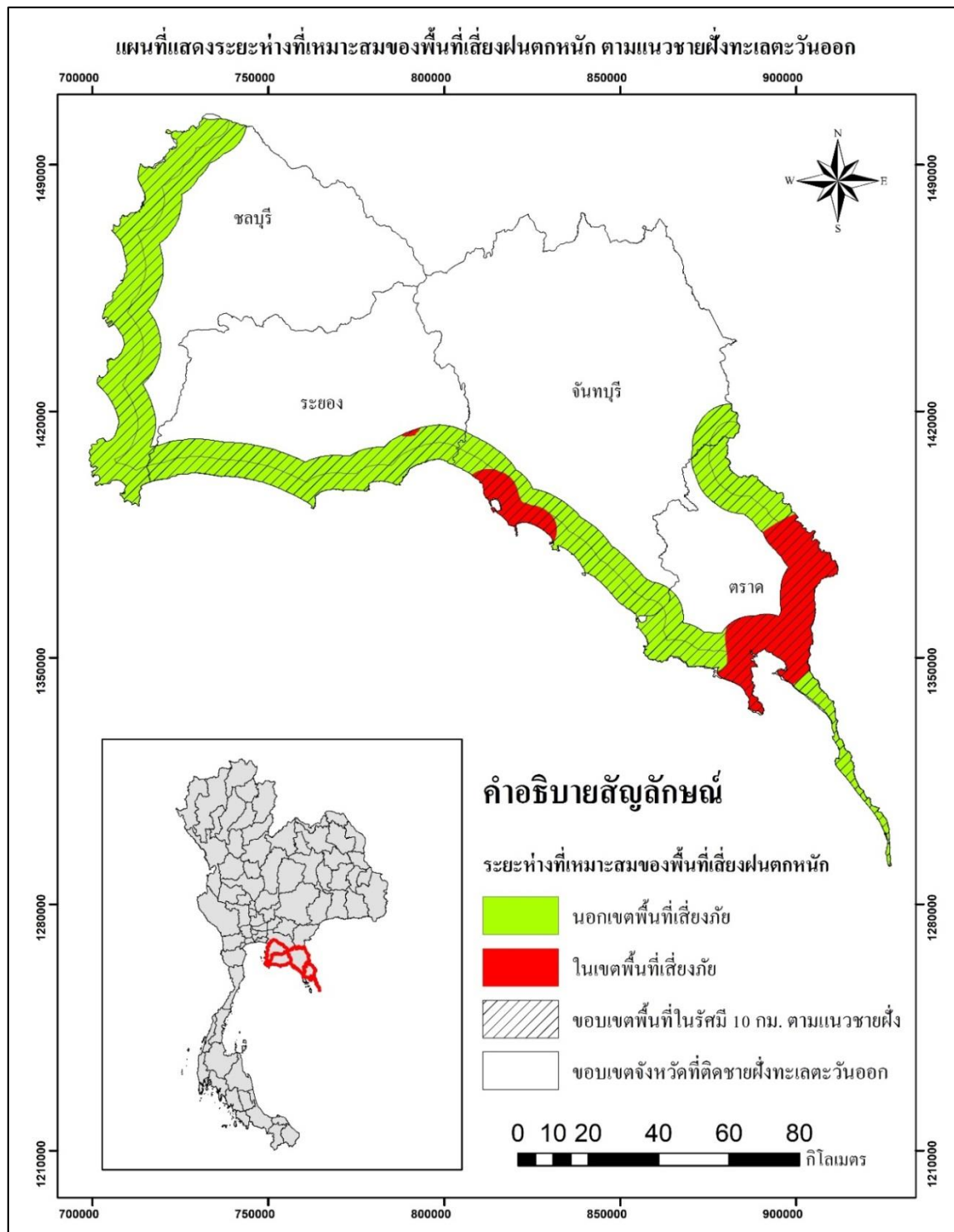
ภาพที่ 4-16 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย ในพื้นที่ศึกษา

4.2 พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก มีพื้นที่นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัยทั้งหมด 3,793.05 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 80.70 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่ใน

เขตพื้นที่เสี่ยงภัยทั้งหมด 907.10 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 19.30 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-17 และภาพที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
นอกเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	3,793.05	80.70
ในเขตพื้นที่เสี่ยงภัย	907.10	19.30
รวม	4,700.15	100.00



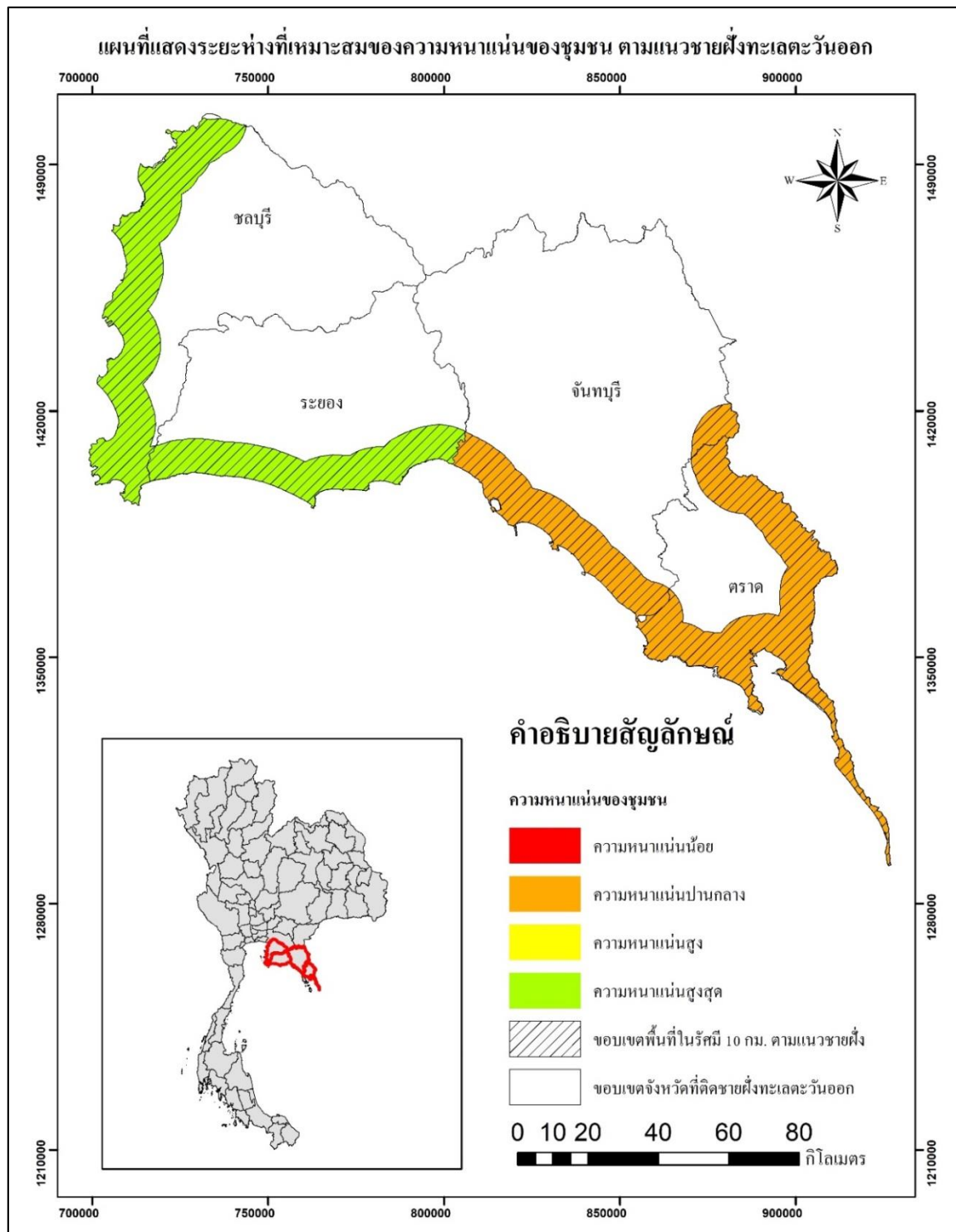
ภาพที่ 4-17 แผนที่แสดงพื้นที่เหมาะสมจากปัจจัยพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก ในพื้นที่ศึกษา

4.3 ความหนาแน่นของชุมชน จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า มีพื้นที่ความหนาแน่นน้อยทั้งหมด 12.88 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 0.27 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่ความหนาแน่นปานกลาง มีพื้นที่

ทั้งหมด 2,376.30 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 50.56 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่ความหนาแน่นสูงมีพื้นที่ทั้งหมด 2.03 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 0.04 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่ความหนาแน่นสูงสุดมีพื้นที่ทั้งหมด 2,308.94 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 49.12 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-18 และภาพที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยความหนาแน่นของชุมชน

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
ความหนาแน่นน้อย	12.88	0.27
ความหนาแน่นปานกลาง	2,376.30	50.56
ความหนาแน่นสูง	2.03	0.04
ความหนาแน่นสูงสุด	2,308.94	49.12
รวม	4,700.15	100.00



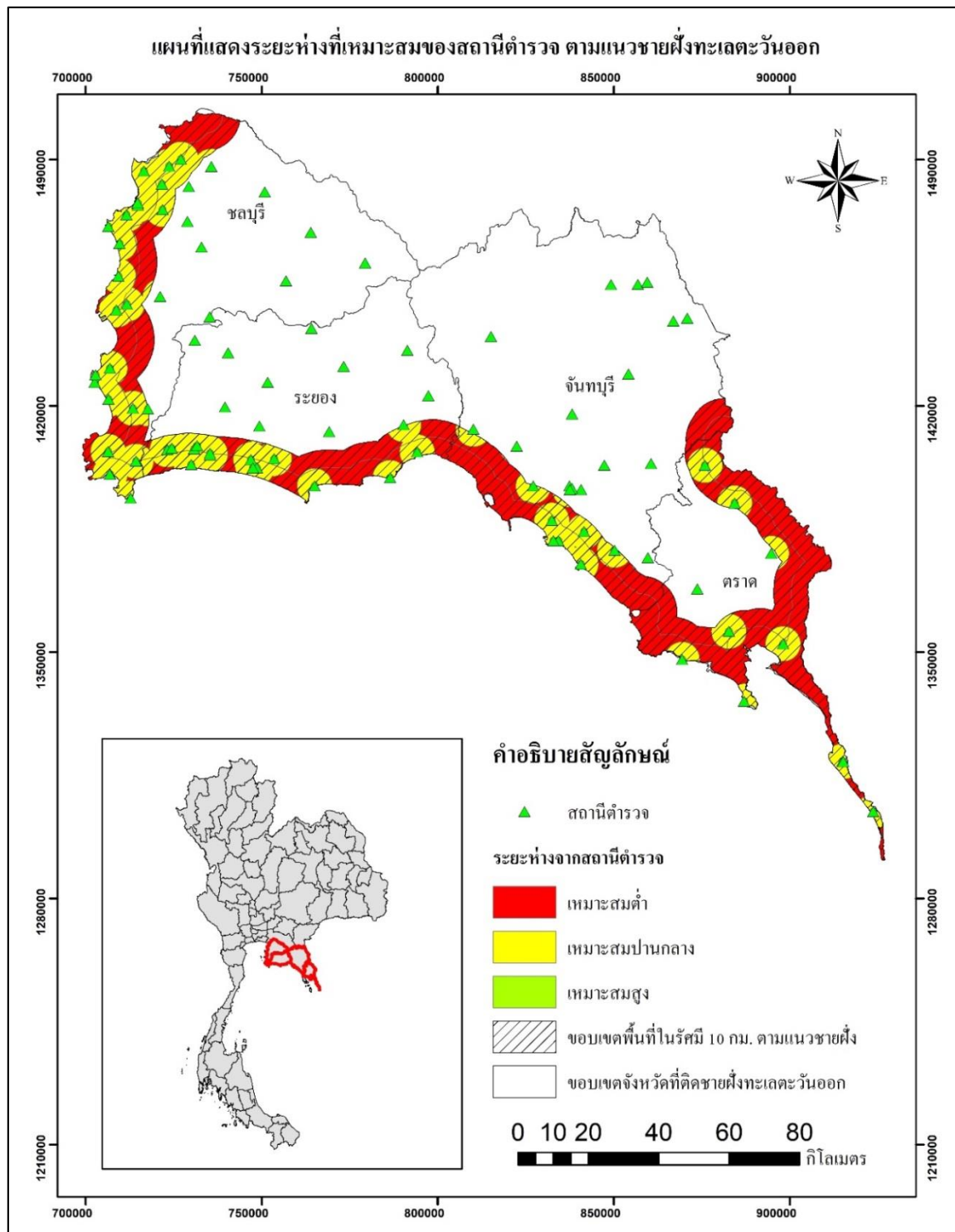
ภาพที่ 4-18 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยความหนาแน่นของชุมชน ในพื้นที่ศึกษา

4.4 ระยะห่างจากสถานีตำรวจ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) พบว่า ปัจจัยระยะห่างจากสถานีตำรวจ มีพื้นที่เหมาะสมสูงทั้งหมด 142.25 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 3.03 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่

เหมาะสมปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 2,000.25 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 42.56 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่เหมาะสมต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 2,557.65 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 54.41 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-19 และภาพที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีตำรวจ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	142.25	3.03
เหมาะสมปานกลาง	2,000.25	42.56
เหมาะสมต่ำ	2,557.65	54.41
รวม	4,700.15	100.00



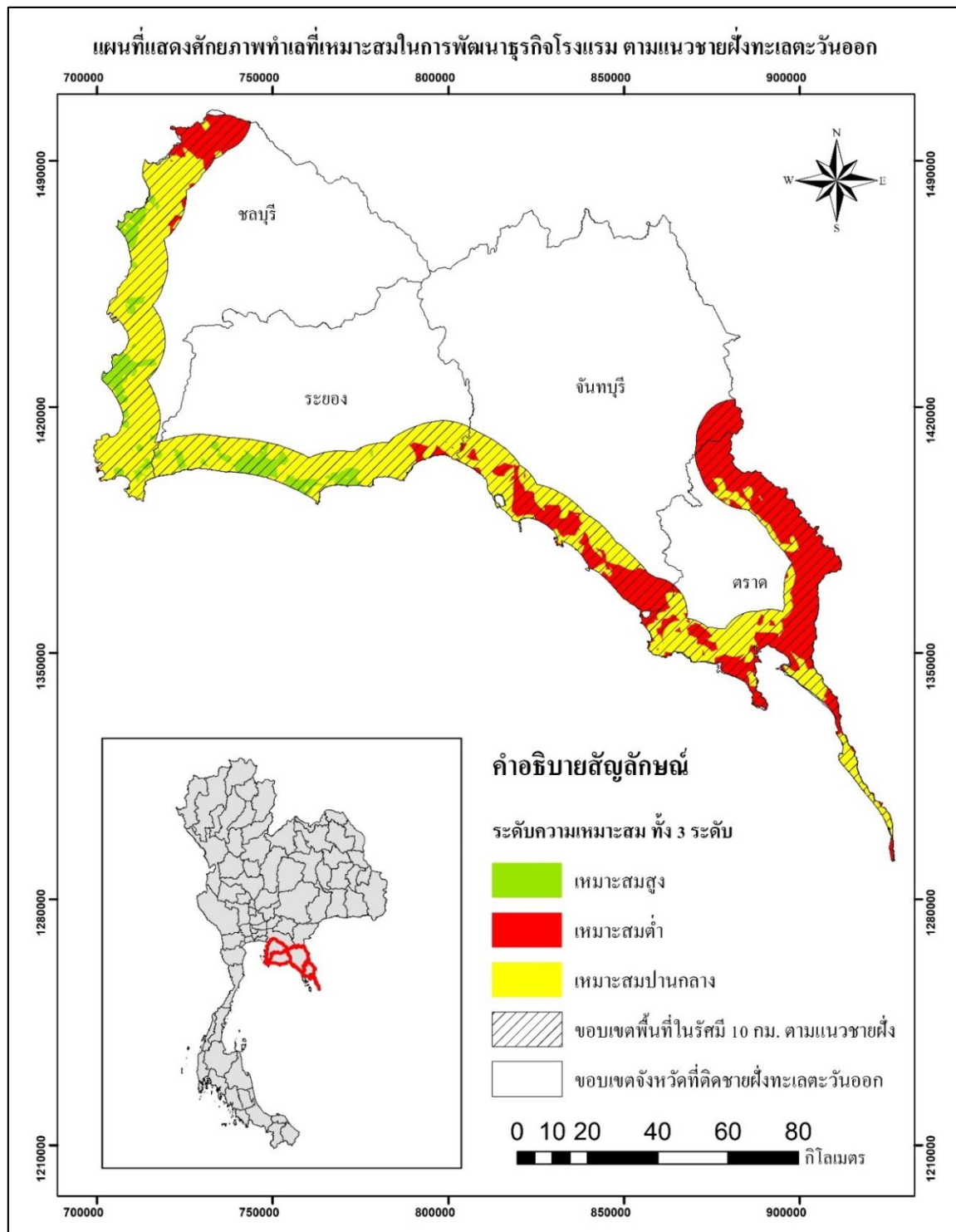
ภาพที่ 4-19 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมจากปัจจัยระยะห่างจากสถานีตำรวจ ในพื้นที่ศึกษา

5. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping)

จากการนำเข้าข้อมูลเชิงพื้นที่ของปัจจัยต่างๆ ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมจากแบบจำลอง PSA และทำการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์และจัดสร้างข้อมูลเชิงพื้นที่โดยการ Overlay Analysis โดยจำแนกระดับความเหมาะสมของศักยภาพทำเล ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง และพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ พบว่า พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง มีพื้นที่ทั้งหมด 353.89 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 7.53 ของพื้นที่ทั้งหมด) พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง มีพื้นที่ทั้งหมด 2,731.95 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 58.12 ของพื้นที่ทั้งหมด) และพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,614.31 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 34.35 ของพื้นที่ทั้งหมด) ดังตารางที่ 4-20 และภาพที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ทั้ง 3 ระดับ

ระดับความเหมาะสม	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ร้อยละ
เหมาะสมสูง	353.89	7.53
เหมาะสมปานกลาง	2,731.95	58.12
เหมาะสมต่ำ	1,614.31	34.35
รวม	4,700.15	100.00



ภาพที่ 4-20 แผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ทั้ง 3 ระดับ ในพื้นที่ศึกษา

6. ผลการนำข้อมูลตำแหน่งโรงแรมจำนวน 257 โรงแรม ที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม มาทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการซ้อนทับข้อมูล (Overlaying) กับข้อมูลพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในภาพที่ 4-19 ทำให้ทราบถึงศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรมในพื้นที่ศึกษา ดังนี้

6.1 จำนวนโรงแรมทั้งหมดที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูงมีทั้งหมด 99 โรงแรม โดยโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงในจังหวัดชลบุรีมีจำนวน 58 โรงแรม จังหวัดระยองมีจำนวน 41 โรงแรม ส่วนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดไม่มีพื้นที่ที่อยู่ในศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง ดังตารางที่ 4-21 และภาพที่ 4-21

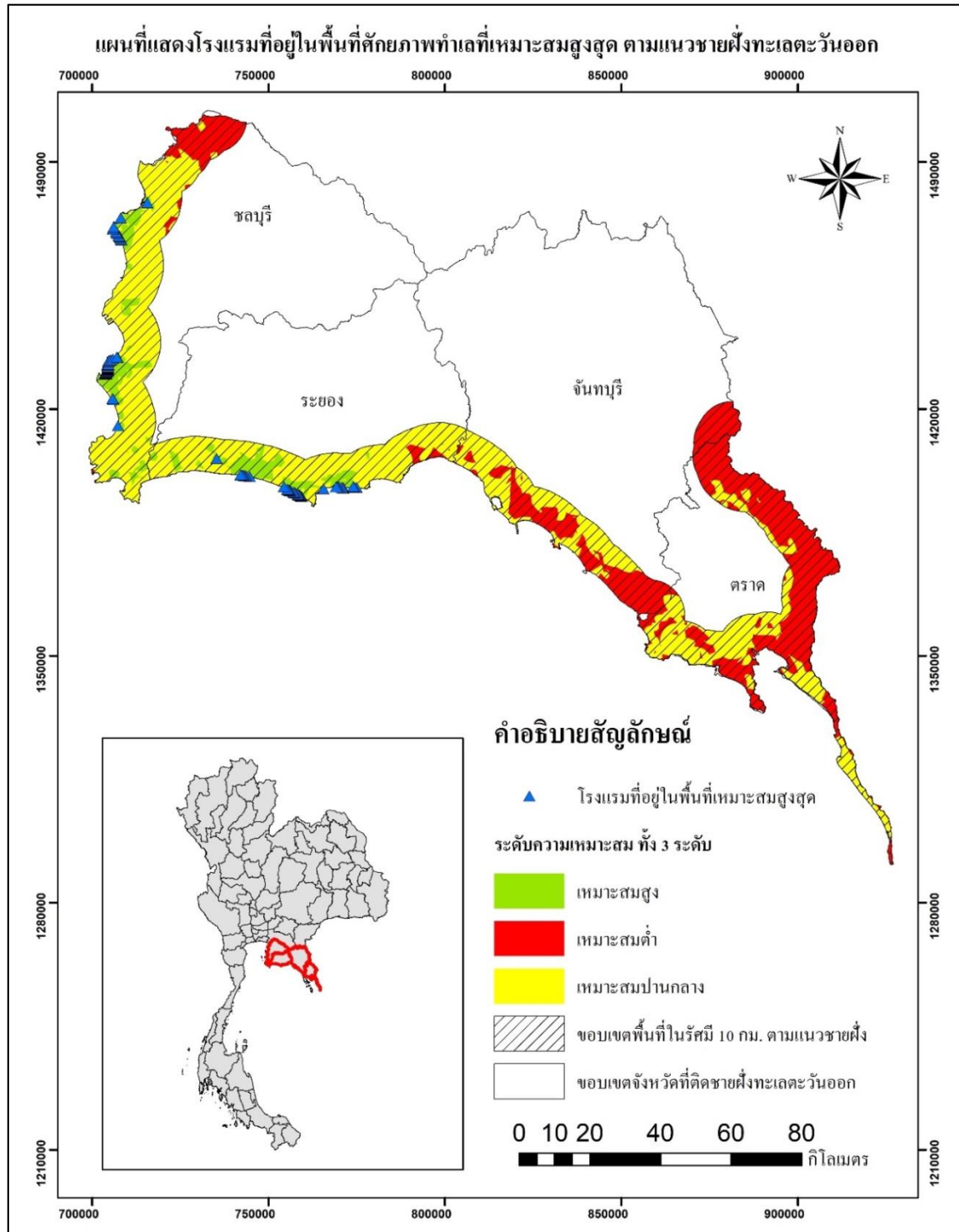
ตารางที่ 4-21 รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูง

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	1	ซันเซ็ท พาร์ค รีสอร์ท
	2	โกลเด้นทิวลิป
	3	ยูดริ่มโฮเทล
	4	เดอะ เรเดียน
	5	พูแมน
	6	พรีมาโฮเทล
	7	เซ็นทาราแกรนด์ รีสอร์ท
	8	เบลล่า วิลล่า
	9	เบสเบลล่า
	10	เดอะกรีนปาร์ค
	11	อามารี ออคิด พัทยา
	12	ฮอติเคย์
	13	มาร์คแลนด์ วิลเลจ
	14	แซนดาคาเล รีสอร์ท
	15	เอ.วัน. รอยัลครุส
	16	ชาร์มิ่ง
	17	เดอะบีชฟรอนท์
	18	เบส บีช
	19	ดิสคัฟเวอรี บีช โฮเทล
	20	ทรอปิคาน่า
	21	ทวินปาล์ม รีสอร์ท
	22	มาเร่ มาเร่
	23	ฮาร์ดร็อค โฮเทล
	24	เดอะ อิมพีเรียล พัทยา
	25	บาศญา บีช โฮเทล
	26	ฟิลิปเปอร์ ลอดจ์
	27	ฮิลตัน พัทยา
	28	เนเชอรัล บีช โฮเทล

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	29	นอตีคอลอินท์
	30	เอล.เค. ดีเอ็มเพลส
	31	ไมค์ โฮเทล
	32	รอยัล พาเลส โฮเทล
	33	โฮเทล บาลากูต้า
	34	เลค โฮเทล
	35	ซีซาร์ พาเลท
	36	จอมเทียน ฮอลิเดย์ โฮเทล
	37	เพชรพาดิน
	38	นาเกลือบีชรีสอร์ท
	39	ที ซีกซ์ ไฟว์
	40	การ์เด็นบีช รีสอร์ท
	41	ริมทะเล
	42	โคสต์ต้า บางแสน
	43	โค โค้ บีช รีสอร์ท
	44	จิตติมารีรีสอร์ท
	45	บ้านทะเล
	46	ลาพลาย่า บุติก
	47	ริมทะเล รีสอร์ท
	48	คราม บางแสน โฮเทล
	49	ซี ปรีส
	50	บางแสน รีสอร์ท
	51	เดอะไทด์ รีสอร์ท
	52	บางแสน เฮอริเทจ
	53	โรงแรม เอสทูบางแสน
	54	บางแสน วิลล่า
	55	เดอะเซส
	56	โรงแรมอีสเทิน ชลบุรี
57	โรงแรม ชลอินเตอร์	
58	โรงแรมใบบัว บีช รีสอร์ท	
ระยอง	1	เดอะพาราไดซ์ โฮเทล
	2	หาดแสงจันทร์ รีสอร์ท
	3	แคนทารี เบย์ โฮเทล
	4	วรัญญา คอนโด
	5	ระยอง ซีวิว

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	6	บ้านชายทะเล
	7	เดอะ อันติเมท
	8	ไอทะเล ลอดจ์
	9	ซี แชนด์ ซัน
	10	บ้านนันทรา สิริ
	11	ยาริสเฮ้าส์
	12	ปิยะ รีสอร์ท
	13	เบย์ วิว รีสอร์ท
	14	ธงชัย รีสอร์ท
	15	เพียรศรี รีสอร์ท
	16	บ้าน สบาย สบาย
	17	ดี สิริ สุข รีสอร์ท
	18	ชั้นทอง รีสอร์ท
	19	บ้านพร้อมพงศ์
	20	พฤษชาติ รีสอร์ท
	21	เวลลิงตัน
	22	ระยองโกล ไฮเทล
	23	หินขาว
	24	ศิลาชล
	25	ดี เอ บังกะโล
	26	ไวท์ สโตน รีสอร์ท
	27	เกาะแก้ว รีสอร์ท
	28	ยูงทอง วิลล่า
	29	บ้านสนเสม็ด
	30	บ้านสวนหาดสวย
	31	บ้านกฤษณี
	32	แอล โอ เอ็ม รีสอร์ท
	33	โฮม ดี ไซค์
	34	เพ เสม็ด วิลล่า
	35	บารีละไม รีสอร์ท
	36	จรรยา รีสอร์ท
	37	ทีก ซีรีส์ บูทิก รีสอร์ท
	38	คลิสตัลบีช
	39	แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท
	40	ระยองซาเร่

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	41	เดอะเอทบายเดอะซี



ภาพที่ 4-21 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูงของพื้นที่ศึกษา

6.2 จำนวนโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลางมีทั้งหมด 154 โรงแรม โดยโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลางในจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 32 โรงแรม จังหวัดระยอง มีจำนวน 47 โรงแรม จังหวัดจันทบุรี มีจำนวน 57 โรงแรม และจังหวัดตราด มีจำนวน 18 โรงแรม ดังตารางที่ 4-22 และภาพที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลาง

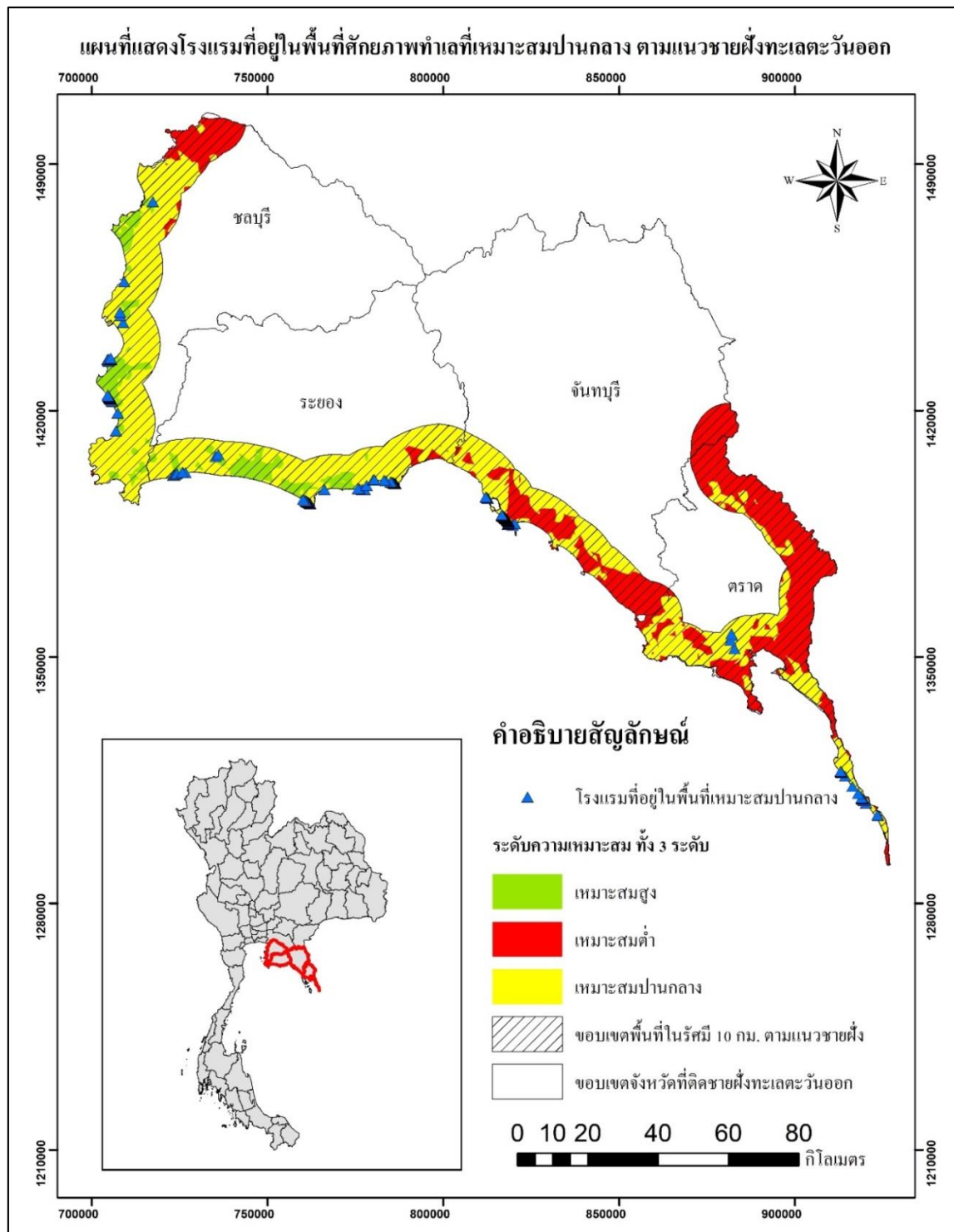
จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	1	โบตานี บีช รีสอร์ท
	2	แปซิฟิก พาร์ค โฮเทล
	3	ราวินทรา บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา
	4	ซันเซ็ท วิลล่า บีช รีสอร์ท
	5	แกแล็คซี่ โฮเทล
	6	แหลมฉบัง ซิตี้ โฮเทล
	7	เวป อินท์ โฮเทล
	8	เดอะไฮน์
	9	ซีทูปายเดอะไฮล์
	10	เวย์
	11	การ์เด็นซีวิว รีสอร์ท
	12	การ์เด็นพาราไดซ์
	13	คลับ รอยล์
	14	โนโวเทล
	15	ลองบีช พาวิลเลียน
	16	การ์เด็น คลิฟ รีสอร์ท
	17	บ้านปลายหาด
	18	เบย์บีช รีสอร์ท
	19	ไฮโซ โฮเทล
	20	รอยล์ ไทย พาวิลเลียน
	21	ซีไซด์ จอมเทียนบีช รีสอร์ท
	22	ดราگون บีช รีสอร์ท
	23	เนเซอร์ล พาร์ค
	24	อนันตยา รีสอร์ท
	25	ลุมพินี จอมเทียน ปาร์บีช รีสอร์ท
	26	เมโทร จอมเทียน
	27	ชิกมา รีสอร์ท
	28	แซน โมดารา

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ชลบุรี	29	ชาร์เลตต์ บังกะโล
	30	ชมทะเลรีสอร์ท
	31	ลองบีช การ์เด้น โฮเทล แอนด์ สปา
	32	โรงแรมเมอร์เมท
ระยอง	1	ดราagoon บอล
	2	โรงแรมชวนชื่น
	3	บ้านฉางคิลิพีช รีสอร์ท
	4	รอยัล พารา คิลิพีช รีสอร์ท
	5	บ้านฉางคิลิพีช 1
	6	บ้านฉางคิลิพีช 2
	7	พยุณ การ์เด้นคิลิพีช
	8	ภูริมาส บีช โฮเทล
	9	น้ำริน รีสอร์ท
	10	ปรางชนก รีสอร์ท
	11	ไฮ ระยอง
	12	บ้านจันทร์
	13	แมกไม้ วิลล่า
	14	วีไอพี เซน โฮเทล
	15	พามา รีสอร์ท
	16	บ้านปูลม บังกะโล
	17	พนาชล รีสอร์ท
	18	ชายตา รีสอร์ท
	19	เคียงทะเล รีสอร์ท
	20	วังทองรีสอร์ท
	21	ไนซ์ บีช
	22	เอส แลนด์ รีสอร์ท
	23	บ้านทรายแก้ว
	24	ซิลเวอร์ บีช
	25	เดอะ ฟรินเซส
	26	แกรนด์บลู
	27	เอวา
	28	แม่พิมพ์ ซาเร่
	29	ดิสอิส รีสอร์ท
	30	พิมพ์ ธารา รีสอร์ท
	31	วิลล่า บาทลี

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ระยอง	32	แม่พิมพ์ รีสอร์ท
	33	วูล์ฟิส
	34	สินสยามรีสอร์ท
	35	พิมพิมาน
	36	พิมพ์บีช รีสอร์ท
	37	เดอะทอยอาร์ต รีสอร์ท
	38	ซีวิว รีสอร์ท
	39	เฮฮา นาวิ
	40	ลมทะเลซาเลย์
	41	ระยอง แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา
	42	บ้านสิริ ออนซี
	43	ซี เนเจอร์ รีสอร์ท
	44	โนโวเทล
	45	รุ่งนภา ลอดจ์
	46	หินสวยน้ำใส
	47	พลับพลา ธารา
	จันทบุรี	1
2		วนาวารี รีสอร์ท
3		เป็กกี้โคฟ รีสอร์ท
4		บ้านอัคคณี
5		ออร์คิดเฮ้า รีสอร์ท
6		เพลินวิมาน โฮมสเตย์
7		เจ้าหลาวทองแสงบีช รีสอร์ท
8		สไมล์บีช บุติด รีสอร์ท
9		บ้านอัมสุข
10		เบิร์ดบีช รีสอร์ท
11		อิงทะเล
12		บ้านตุ้ม
13		ตะวันรุ่ง
14		ขวัญใจรีสอร์ท
15		ตะวันรอน รีสอร์ท
16		ปิ่นสุข รีสอร์ท
17		พยุณ รีสอร์ท
18		รีสอร์ทยอดหญ้า
19		ธาราทิพย์ รีสอร์ท

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
จันทบุรี	20	ลานาทองรีสอร์ท
	21	ทองสุวรรณ รีสอร์ท
	22	ทิพย์วิมานรีสอร์ท
	23	ทองสุวรรณ รีสอร์ท 2
	24	วิลล่า บลังก้า
	25	หาดทรายทองรีสอร์ท
	26	เจ้าหลาวคาบาน่า รีสอร์ท
	27	เดอะเรสซิเดนซ์ เจ้าหลาว รีสอร์ท
	28	หาดต้นคลื่นสวย
	29	น้ำใสลอฟท์
	30	ต้นหว่า
	31	น้ำใสรีสอร์ท
	32	ทรายขาวรีสอร์ท
	33	สุขสำราญ
	34	บ้าน 9 กระรัต
	35	บ้านน้ำ รีสอร์ท
	36	หาดสวย รีสอร์ท
	37	ทะเลเดี่ยว รีสอร์ท
	38	เบส รีสอร์ท
	39	ยาใจ รีสอร์ท
	40	ทะเลสวย รีสอร์ท
	41	สตาร์บีช
	42	แชนด์ตูนส์ เจ้าหลาว บีช รีสอร์ท
	43	บ้านชวนชม
	44	สำราญดี รีสอร์ท
	45	แพ็บ โฮเทล
	46	อยู่สบาย รีสอร์ท
	47	จันทร์เจ้าหลาว
	48	บুম บุม รีสอร์ท
	49	ปลายทะเล
	50	บ้านชมทะเล
	51	วิลล่า ซาซ่า
	52	สุขขอบฟ้า
	53	สมาคุณ
54	นิวแทรเวล บีช โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท	

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
จันทบุรี	55	ซีเชลล์ วิลเลจ รีสอร์ท
	56	บ้านเรือรีสอร์ท
	57	อัลเมดิน่า บีช เฮ้าส์
ตราด	1	เมือง ตราด โฮเทล
	2	โรงแรมตราดเซ็นเตอร์
	3	ทอสคาน่า ตราด
	4	บ้านปานศรี รีสอร์ท
	5	ไม้รูด รีสอร์ท
	6	ปาหนัน รีสอร์ท
	7	บานชื่น รีสอร์ท
	8	ออรดารีสอร์ท
	9	แมงโก้ บีช รีสอร์ท
	10	ไทม์บีช รีสอร์ท
	11	ชาญชล รีสอร์ท
	12	หาดสนรีสอร์ท
	13	ตากอากาศ
	14	บ้านทะเลญรีสอร์ท
	15	ทวิศักดิ์ รีสอร์ท
	16	โรงแรม คลองใหญ่
	17	พบทะเล รีสอร์ท
	18	บ้านพักขจิตพันธ์



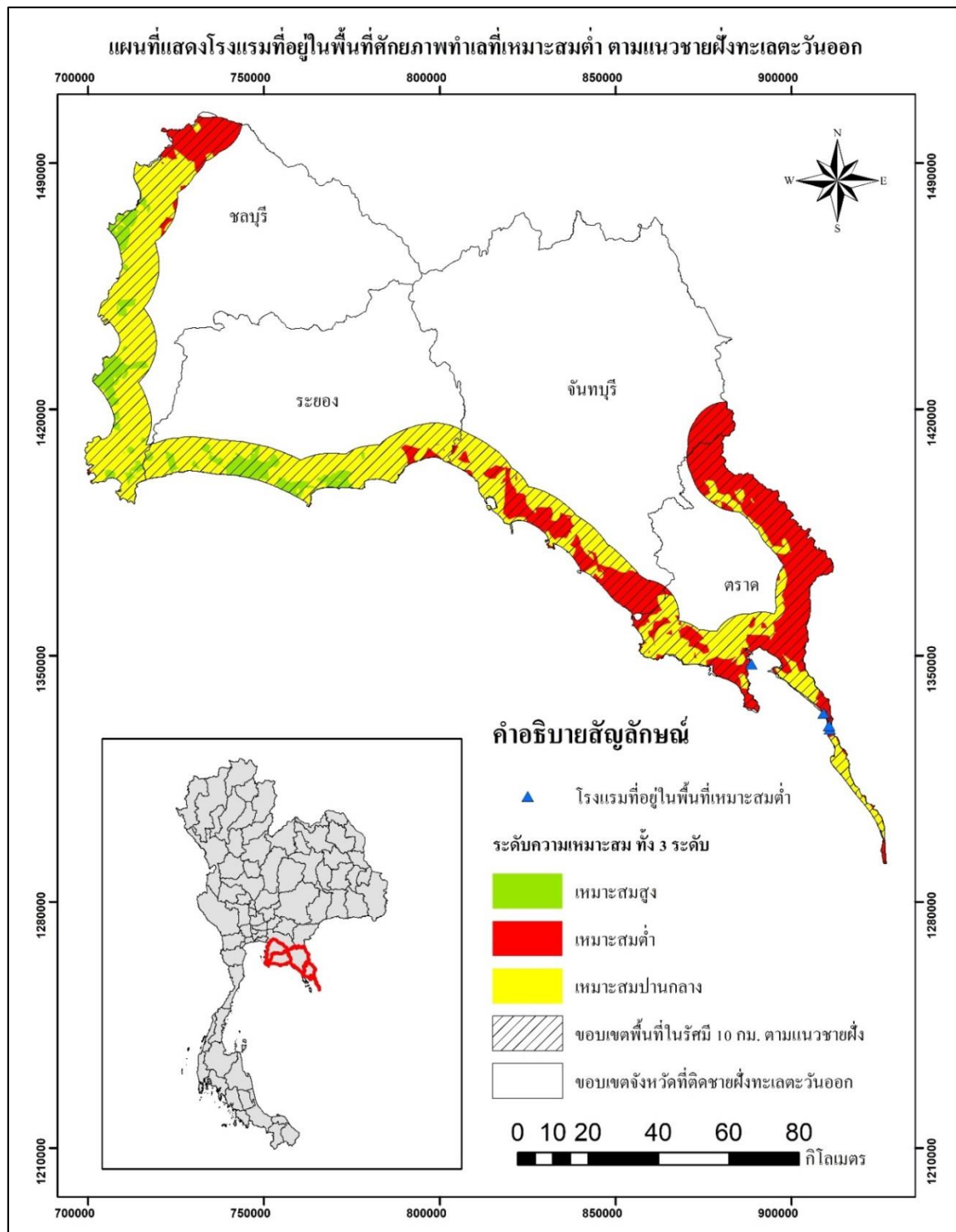
ภาพที่ 4-22 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลางของพื้นที่ศึกษา

6.3 จำนวนโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำมีทั้งหมด 4 โรงแรม โดยโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำอยู่ในจังหวัดตราดมีจำนวน 4 โรงแรม ส่วนจังหวัดชลบุรี

จังหวัดระยอง และจังหวัดจันทบุรีไม่มีพื้นที่ที่อยู่ในศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำ ดังตารางที่ 4-23 และภาพที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 รายชื่อโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำ

จังหวัด	ลำดับ	ชื่อโรงแรม
ตราด	1	บ้านบุรีรีสอร์ท
	2	หาดมุกแก้ว
	3	โกลเด้นคลิฟบีช รีสอร์ท
	4	เซ็นทารา แกรนด์

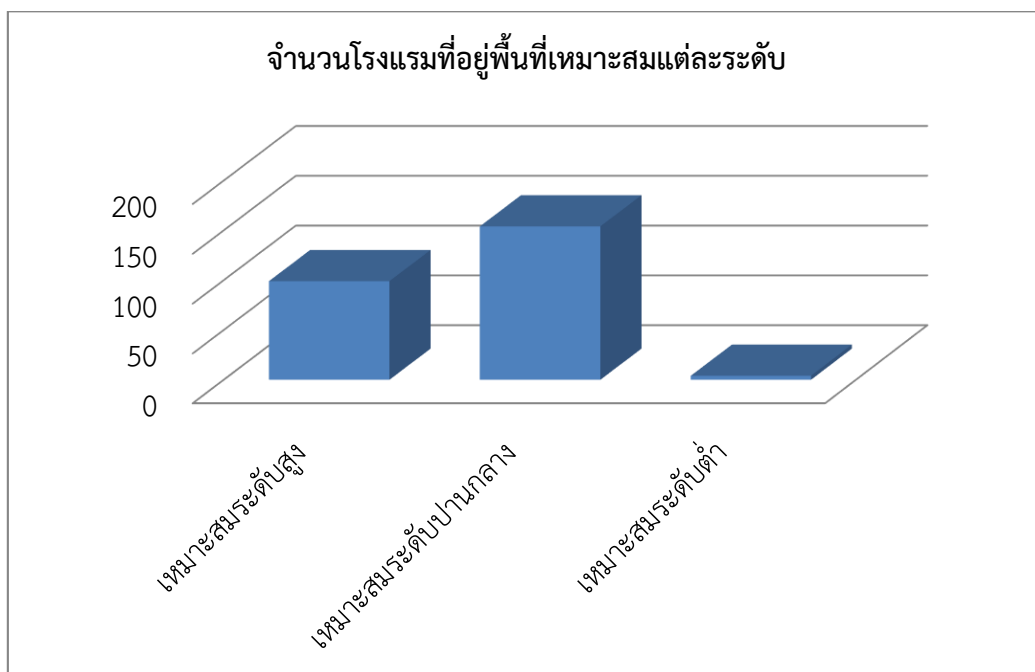


ภาพที่ 4-23 แผนที่ตำแหน่งโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำของพื้นที่ศึกษา

โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ได้ทำการคัดเลือกจากโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมทั้ง 3 ระดับ โดยการนำข้อมูลตำแหน่งโรงแรมที่ได้จากการสำรวจภาคสนามมาซ้อนทับผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่

เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม ทำให้ทราบข้อมูลตำแหน่ง และจำนวนโรงแรมที่ใช้เป็นประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

โดยโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับสูงในพื้นที่ศึกษา มีจำนวน 99 โรงแรม โรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับปานกลาง มีจำนวน 154 โรงแรม และโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับต่ำ มีจำนวน 4 โรงแรม (ดังภาพที่ 4-24)



ภาพที่ 4-24 จำนวนโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมแต่ละระดับ ในพื้นที่ศึกษา

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ในส่วนนี้ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับสูง ปานกลาง และต่ำ จำนวน 156 โรงแรม โดยสามารถอธิบายผลการศึกษาในแต่ละส่วน ดังนี้

1. จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะทั่วไปของโรงแรม ซึ่งผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4-24 -4-29 ดังนี้

ตารางที่ 4-24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดที่พัก

ขนาดที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดใหญ่ (150 ห้องขึ้นไป)	27	17.3
ขนาดกลาง (มากกว่า หรือเท่ากับ 60 ห้อง แต่ไม่เกิน 149 ห้อง)	33	21.2

ขนาดที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็ก (ต่ำกว่า 60 ห้อง)	96	61.5
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมขนาดเล็กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นโรงแรมขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.2 และอันดับสุดท้ายเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตารางที่ 4-25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	39	25.0
5 - ต่ำกว่า 10 ปี	42	26.9
10 - ต่ำกว่า 15 ปี	36	23.1
15 - ต่ำกว่า 20 ปี	10	6.4
ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป	29	18.6
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 5 - ต่ำกว่า 10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 อันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 10 - ต่ำกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.1

ตารางที่ 4-26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาห้องพัก

ราคาห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	10	6.4
มากกว่า 500 บาท แต่ไม่เกิน 900 บาท	11	7.1
มากกว่า 900 บาท แต่ไม่เกิน 1,500 บาท	42	26.9
มากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท	63	40.4
มากกว่า 3,000 บาท ขึ้นไป	30	19.2
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพัก มากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพัก มากกว่า 900

บาท แต่ไม่เกิน 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.9 อันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพักมากกว่า 3,000 ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 19.2

ตารางที่ 4-27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
บริหารงานอย่างอิสระ	136	87.2
บริหารงานเครือข่าย	20	12.8
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารงานอย่างอิสระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.2 และรองลงมาเป็นโรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารงานเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตารางที่ 4-28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับมาตรฐานโรงแรม

ระดับมาตรฐานโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
1 ดาว	29	18.6
2 ดาว	31	19.9
3 ดาว	63	40.4
4 ดาว	27	17.3
5 ดาว	6	3.8
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานโรงแรม 2 ดาว คิดเป็นร้อยละ 19.9 และอันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานโรงแรม 1 ดาว คิดเป็นร้อยละ 18.6

ตารางที่ 4-29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม

ระดับความเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสมต่ำ	4	2.6
เหมาะสมปานกลาง	97	62.2
เหมาะสมสูง	55	35.3
รวม	156	100.0

จากตารางที่ 4-29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาเป็นโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 35.3 และอันดับสุดท้ายเป็นโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในพื้นที่เหมาะสมระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 2.6

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม โดยแสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยในแต่ละด้านได้แก่ ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงการเดินทาง ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม แสดงในตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-30 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

ลำดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
1	ด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก	3.50	0.94	มาก
	1.1 ใกล้ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า	3.24	1.28	ปานกลาง
	1.2 ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	3.76	1.09	มาก
	1.3 ใกล้โรงพยาบาล	3.49	1.08	ปานกลาง
2	ด้านการเข้าถึงการเดินทาง	3.12	0.84	ปานกลาง
	2.1 ใกล้ถนนสายหลัก	3.72	1.02	มาก
	2.2 ใกล้ถนนสายรอง	3.77	0.90	มาก
	2.3 ใกล้สนามบิน	2.64	1.31	ปานกลาง
	2.4 ใกล้สถานีรถไฟ	2.42	1.26	น้อย
	2.5 ใกล้สถานีขนส่งรถโดยสาร	3.22	1.18	ปานกลาง
	2.6 ใกล้ท่าเรือพาณิชย์	2.97	1.11	ปานกลาง
3	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.62	มาก
	3.1 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.49	0.62	มาก
	3.2 ใกล้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	4.03	0.85	มาก
	3.3 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.84	0.80	มาก
	3.4 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.80	0.83	มาก
4	ด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม	3.98	0.71	มาก
	4.1 ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย	4.10	0.88	มาก
	4.2 ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก	3.98	0.96	มาก
	4.3 ไม่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแออัด	4.11	0.92	มาก
	4.4 ใกล้สถานีตำรวจ	3.72	0.93	มาก

จากตารางที่ 4-30 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม ได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ใกล้ร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ($\bar{X} = 3.76$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก รองลงมาเป็นทำเลที่ใกล้โรงพยาบาล ($\bar{X} = 3.49$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายเป็นทำเลที่ใกล้ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ($\bar{X} = 3.24$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับปานกลาง

2.2 ปัจจัยด้านการเข้าถึงการเดินทาง พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ใกล้ร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ($\bar{X} = 3.76$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก รองลงมาเป็นทำเลที่ใกล้โรงพยาบาล ($\bar{X} = 3.49$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับปานกลาง อันดับ 3 เป็นทำเลที่ใกล้สถานีขนส่งรถโดยสาร ($\bar{X} = 3.22$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับปานกลาง

2.3 ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก รองลงมาเป็นทำเลที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.03$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก อันดับ 3 เป็นทำเลที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.84$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก

2.4 ปัจจัยด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทำเลที่ไม่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแออัดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก รองลงมาเป็นทำเลที่ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย ($\bar{X} = 4.10$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก อันดับ 3 เป็นทำเลที่ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก ($\bar{X} = 3.98$) ซึ่งมีผลต่อทำเลที่ตั้งระดับมาก

3. ผลการศึกษาการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม ประกอบด้วย ด้านการจัดการองค์การ ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และด้านการพัฒนาเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 แสดงในตารางที่ 4-31

ตารางที่ 4-31 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม

ลำดับ	การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
1	ด้านการจัดการองค์การ	3.18	1.01	ปานกลาง
	1.1 มีการกำหนดโครงสร้างองค์การที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์	3.38	1.09	ปานกลาง
	1.2 มีการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ชัดเจน	3.06	1.17	ปานกลาง
	1.3 มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระบบของโรงแรม	3.10	1.11	ปานกลาง
2	ด้านการจัดการทรัพยากร	3.07	1.04	ปานกลาง
	2.1 มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการในโรงแรม	3.09	1.01	ปานกลาง

ลำดับ	การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
	2.2 มีการพัฒนาระบบสารสนเทศของโรงแรมที่ทันสมัย	3.08	1.16	ปานกลาง
	2.3 มีการส่งเสริมบุคลากรให้พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.06	1.08	ปานกลาง
3	ด้านการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P)	3.24	1.09	ปานกลาง
	3.1 มีการแจ้งการใช้บริการต่างๆ ภายในโรงแรมผ่านระบบ IT	2.83	1.29	ปานกลาง
	3.2 ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือระบบ IT	3.28	1.28	ปานกลาง
	3.3 มีการใช้ระบบ IT ในการจองห้องพัก	3.60	1.17	มาก
	3.4 มีการใช้ระบบ IT ในการแจ้งข้อมูล โปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์ และบริการของโรงแรม ที่ง่ายและสะดวก รวดเร็ว	3.26	1.26	ปานกลาง
4	ด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก	2.95	1.12	ปานกลาง
	4.1 มีระบบการจองห้องพักร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ สายการบิน	2.55	1.38	ปานกลาง
	4.2 มีระบบการชำระเงินที่ร่วมกับธนาคารต่างๆ เพื่อความปลอดภัย และสะดวก รวดเร็ว	3.24	1.29	ปานกลาง
	4.3 มีการร่วมมือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ต่างๆ	3.09	1.25	ปานกลาง
5	ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0	3.12	1.15	ปานกลาง
	5.1 มีระบบตรวจสอบสถานะการจองห้องพักลูกค้า	3.07	1.40	ปานกลาง
	5.2 มีระบบลงทะเบียน (check in) ผ่านอินเทอร์เน็ต	2.54	1.39	ปานกลาง
	5.3 มีระบบการจ่ายเงินที่สะดวก รวดเร็ว	3.51	1.20	มาก
	5.4 มีระบบการคำนวณค่าใช้จ่ายในการใช้บริการส่วนต่างๆ ของลูกค้าที่เชื่อมโยงเป็นระบบทั้งหมดของโรงแรม	3.36	1.34	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-31 สามารถอธิบายการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม ได้ดังนี้

3.1 ด้านการจัดการองค์กร พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.38$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระบบของโรงแรม ($\bar{X} = 3.10$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง และ อันดับสุดท้ายเป็นการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.06$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

3.2 ด้านการจัดการทรัพยากร พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการจัดสรรงบประมาณในการจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการในโรงแรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.09$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง รองลงมา มีการพัฒนาระบบสารสนเทศของโรงแรมที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.08$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายมีการส่งเสริมบุคลากรให้พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.06$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

3.3 ด้านการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P) พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ระบบ IT ในการจองห้องพักมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$) ซึ่งมีความสำคัญระดับมาก รองลงมา ลูกค้านำสามารถเปรียบเทียบราคาห้องพักผ่าน แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือระบบ IT ($\bar{X} = 3.28$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 3 มีการใช้ระบบ IT ในการแจ้งข้อมูล โปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์ และบริการของโรงแรม ที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.26$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

3.4 ด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีระบบการชำระเงินที่ร่วมกับธนาคารต่างๆ เพื่อความปลอดภัย และสะดวกเร็วมากที่สุด ($\bar{X} = 3.24$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง รองลงมา มีการร่วมมือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ต่างๆ ($\bar{X} = 3.09$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย มีระบบการจองห้องพักร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ สายการบิน ($\bar{X} = 2.55$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

3.5 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีระบบการจ่ายเงินที่สะดวกเร็วมากที่สุด ($\bar{X} = 3.51$) ซึ่งมีความสำคัญระดับมาก รองลงมา มีระบบการคำนวณค่าใช้จ่ายในการใช้บริการส่วนต่างๆ ของลูกค้าที่เชื่อมโยงเป็นระบบทั้งหมดของโรงแรม ($\bar{X} = 3.36$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 3 มีระบบตรวจสอบสถานะการจองห้องพักลูกค้า ($\bar{X} = 3.07$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

4. การประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel แสดงในตารางที่ 4-32

ตารางที่ 4-32 ประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

ประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel	\bar{X}	SD	ระดับผลลัพธ์
ผลการดำเนินงาน (Performance)	3.07	1.04	ปานกลาง
1. มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหลังจากลงทุนในระบบ i-Hotel	2.81	1.16	ปานกลาง
2. มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์	3.13	1.19	ปานกลาง
3. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ	3.09	1.14	ปานกลาง
4. มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.26	1.19	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-32 สามารถอธิบายผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel ได้ดังนี้

จากการประเมินผลการดำเนินงาน พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากที่สุด ($\bar{X} = 3.26$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง รองลงมาได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.13$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง อันดับ 3 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ($\bar{X} = 3.09$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหลังจากลงทุนในระบบ i-Hotel ($\bar{X} = 2.81$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ในส่วนนี้ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหารโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่ศึกษา โดยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 2 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ตำแหน่งงาน การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และลักษณะทั่วไปของโรงแรม ได้แก่ ขนาดที่พัก ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ราคาที่พัก รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระดับมาตรฐานโรงแรม รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก และลักษณะทั่วไปของโรงแรม

ลำดับ (ผู้บริหาร)	ตำแหน่ง	การศึกษา	ประสบการณ์การทำงาน	ลักษณะทั่วไปของโรงแรม
1	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	10 ปี	ขนาดที่พัก 959 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 10 ปี ราคาที่พัก 2,000-25,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 5 ดาว
2	รองผู้จัดการทั่วไป (RM)	ปริญญาตรี	16 ปี	ขนาดที่พัก 385 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 19 ปี ราคาที่พัก มากกว่า 3,000 บาท ขึ้นไป รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว
3	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	35 ปี	ขนาดที่พัก 453 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 6 ปี ราคาที่พัก 3,000 บาท ขึ้นไป รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว

ลำดับ (ผู้บริหาร)	ตำแหน่ง	การศึกษา	ประสบการณ์ การทำงาน	ลักษณะทั่วไปของโรงแรม
4	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	23 ปี	ขนาดที่พัก 178 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 1 ปี ราคาที่พัก 1,200–2,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
5	ผู้จัดการฝ่าย ปฏิบัติการ (OM)	มัธยม ปลาย	29 ปี	ขนาดที่พัก 76 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 17 ปี ราคาที่พัก 1,200–1,800 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
6	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาโท	8 ปี	ขนาดที่พัก 54 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 34 ปี ราคาที่พัก 900–2,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
7	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	20 ปี	ขนาดที่พัก 36 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 20 ปี ราคาที่พัก 1,300–2,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
8	ผู้บริหาร (เจ้าของกิจการ)	ปริญญาตรี	25 ปี	ขนาดที่พัก 28 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 25 ปี ราคาที่พัก 900–4,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
9	ผู้บริหาร (เจ้าของกิจการ)	อนุปริญญา	3 ปี	ขนาดที่พัก 12 หลัง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 3 ปี ราคาที่พัก 800–1,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 2 ดาว
10	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	30 ปี	ขนาดที่พัก 50 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 4 ปี ราคาที่พัก 1,200–1,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว

ลำดับ (ผู้บริหาร)	ตำแหน่ง	การศึกษา	ประสบการณ์ การทำงาน	ลักษณะทั่วไปของโรงแรม
11	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ไม่ระบุ	20 ปี	ขนาดที่พัก 250 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 32 ปี ราคาที่พัก 1,500–5,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
12	ผู้ช่วยผู้จัดการ	ปริญญาตรี	10 ปี	ขนาดที่พัก 38 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 1 ปี ราคาที่พัก 4,200–14,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว
13	ผู้จัดการ	ไม่ระบุ	30 ปี	ขนาดที่พัก 185 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 2 ปี ราคาที่พัก 2,800–11,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว
14	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	30 ปี	ขนาดที่พัก 312 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 10 ปี ราคาที่พัก 2,000-2,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว
15	ผู้จัดการฝ่าย ทรัพยากร บุคคล	ปริญญาตรี	10 ปี	ขนาดที่พัก 44 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 9 ปี ราคาที่พัก 2,500 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว
16	รองผู้จัดการ ทั่วไป (RM)	ปริญญาตรี	4 ปี	ขนาดที่พัก 50 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 1 ปี ราคาที่พัก 1,500–3,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 4 ดาว
17	ผู้ช่วยผู้จัดการ	ปริญญาตรี	4 ปี	ขนาดที่พัก 33 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 10 ปี ราคาที่พัก 1,500–3,000 บาท รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว

ลำดับ (ผู้บริหาร)	ตำแหน่ง	การศึกษา	ประสบการณ์ การทำงาน	ลักษณะทั่วไปของโรงแรม
18	ผู้จัดการทั่วไป (GM)	ปริญญาตรี	30 ปี	ขนาดที่พัก 25 ห้อง ระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจ 15 ปี ราคาที่พัก 1,500–3,000 บาท รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจแบบท้องถิ่น (Local) ระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว

2. แนวทางการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมาทำการสังเคราะห์แบบ Content Analysis เพื่อทำการสรุปประเด็นในเรื่องแนวทางการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรมแถบชายฝั่งตะวันออก โดยผลการศึกษสามารถอธิบายได้ ดังนี้

2.1 ด้านการจัดองค์การ พบว่าผู้บริหารโรงแรมได้ให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดที่ต้องปรับตัวด้านการจัดองค์การ ดังนี้

2.1.1 โครงสร้างองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ มีแนวทางดังนี้

1) การวางแผนและคาดการณ์ ตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น วางแผนเตรียมการว่าใน 3 หรือ 5 เดือนข้างหน้าจะมีวันสำคัญ หรือเทศกาลอะไรบ้างที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ และฝ่าย marketing communication (MC) ของโรงแรม ต้องวางแผนว่าในพื้นที่นั้นๆ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวลักษณะไหน และมีการจัดอีเวนต์อะไรบ้าง เช่น โรงแรมในพื้นที่ชายฝั่งบางแสน จังหวัดชลบุรีที่เป็นเมืองท่องเที่ยว มีการจัดอีเวนต์ต่างๆ เช่น วิ่งมาราธอน มินิมาราธอน ก็ต้องมีการปรับราคาให้ถูกลงสำหรับผู้ใช้บริการที่เป็นนักกีฬา หรือช่วงที่มิงงานพราธาชทานปริญญาบัตร เพียงโชว์สายรัดข้อมือก็จะได้ราคาโปรโมชั่น และการโปรโมทโดยใช้สื่อทาง IT ต่างๆ

2) การปรับตัวด้านการจัดการบุคลากร โดยการให้พนักงานทำงานแบบ multi skill มากขึ้น เช่น พนักงาน 1 คน สามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่ และมีการนำ IT เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการโรงแรม ทำให้ในบางตำแหน่งงานอาจจะลดจำนวนคนลง

2.1.2 การกำหนดนโยบายสารสนเทศที่ชัดเจน มีแนวทางดังนี้

1) ผู้บริหารโรงแรมควรมีการกำหนดนโยบายด้าน IT ที่ชัดเจนมากขึ้นเนื่องจาก IT ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในโลกยุคปัจจุบัน และเป็นช่องทางที่สำคัญที่ทำให้มีผู้มาใช้บริการโรงแรมเพิ่มขึ้น ถ้ารอลูกค้า Walk in เพียงอย่างเดียวก็จะไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2) ผู้บริหารโรงแรมควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับขนาดองค์กร เช่น การเลือกใช้ซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เนื่องจากจะทำให้เกิด Fix cost รวมถึงต้องมีบุคลากรที่ดูแลส่วนนี้ด้วย

2.1.3 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ทั้งองค์กร มีแนวทางดังนี้

1) ถ้าเป็นโรงแรมขนาดใหญ่จะมีการใช้ระบบที่เชื่อมโยงกันทุกส่วนตั้งแต่ส่วนของการจองจาก agoda หรือ expedia เมื่อมีการ booking ข้อมูลก็จะวิ่งเข้ามาในโรงแรม ทางพนักงานที่อยู่

ส่วน reservation ทำการคีย์เข้าระบบของโรงแรม พอลูกค้ามา check in เข้าไปในระบบ หรือถ้าลูกค้าใช้โทรศัพท์ภายในห้องพัก มีการส่งสัญญาณว่าลูกค้าโทรกี่โมงถึงกี่โมง ราคาเท่าไร ก็จะไปชาร์ตในระบบ ในห้องอาหารก็จะเป็นระบบผ่านทางคอมพิวเตอร์เหมือนกัน พอลูกค้าสั่งอาหาร มาคีย์ในคอมพิวเตอร์จะไปลิงค์กับในห้องครัวว่าสั่งเมนูอะไรบ้าง ทุกอย่างจะเป็น IT ทั้งหมด หรือมีการซื้อ software มาใช้ทั้งระบบ เช่น พีดาเลียโอ คอมมันเช่ easy flow ถ้าเป็นในส่วนของระบบความปลอดภัยก็จะเป็นกล้องวงจรปิด CCTV

2) ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก การใช้ระบบ IT จะยังไม่ครอบคลุม จะมีการใช้แค่บางแผนก เช่น แผนกฟร้อน แผนกบัญชี แผนกรับจองห้องพัก ซึ่งใช้เป็นโปรแกรมสำเร็จรูป เช่น smart finder ส่วนการประสานงานกันระหว่างแผนกยังใช้เป็นเอกสารอยู่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่การใช้ IT จะใช้ในการติดต่อกับลูกค้า หรือ agent ถ้าเป็นภายในโรงแรมจะใช้สื่อสารวิธีอื่น

2.2 ด้านการจัดการทรัพยากร พบว่าผู้บริหารโรงแรมได้ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากร ดังนี้

2.2.1 การจัดสรรงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแนวทางดังนี้

1) โรงแรมขนาดใหญ่ มีการจัดสรรงบประมาณที่ค่อนข้างสูง เช่น ระบบ Software และ Hardware ต้องลงทุนหลายล้านบาท รวมถึงค่าจ้างบุคลากรและอื่นๆ ที่ต้องเกิดขึ้นตามมา

2) โรงแรมขนาดกลาง มีการจัดสรรงบประมาณในระดับปานกลางถึงสูง แต่ค่าใช้จ่ายส่วนนี้จะลงทุนครั้งเดียวจบ

3) โรงแรมขนาดเล็ก มีการจัดสรรงบประมาณค่อนข้างน้อย และมีปัญหาเรื่องการจ้างบุคลากรที่มาดูแลในส่วนนี้

2.2.2 การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแนวทางดังนี้

1) มีการสนับสนุนบุคลากรในการอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามสายงานหรือตามความสนใจ เช่น บุคลากรในส่วน reservation จะเป็นอบรมออนไลน์ต่างๆ อย่าง training ของ expedia agoda และจะมี IT manager มี IT team ที่คอยดูว่ามีการจัดสรรเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ไหนบ้างก็ส่งบุคลากรไปเข้าร่วม ค่อนข้างให้ความสำคัญ

2) โรงแรมที่มีลักษณะเป็น Hotel Group จะมี บุคลากร IT จากโรงแรมในเครือข่ายที่เป็นโรงแรมหลักมาอบรมด้าน IT ให้ และมาแก้ปัญหาด้าน IT ในส่วนต่างๆ ของโรงแรมด้วย

3) โรงแรมขนาดเล็กจะไม่ให้ความสำคัญด้านการอบรม IT ให้กับบุคลากร เนื่องจากมีค่าใช้จ่าย และการใช้ระบบ IT ยังไม่ครอบคลุมทุกส่วนมากนัก

2.3 ด้านการประยุกต์ใช้ทางการตลาด 4P พบว่าผู้บริหารโรงแรมได้ให้ความสำคัญกับการตลาด ดังนี้

2.3.1 การให้บริการภายในโรงแรมผ่านอุปกรณ์ IT มีแนวทางดังนี้

โรงแรมในทุกขนาด ส่วนใหญ่จะเน้นที่การให้บริการ wifi ที่ทั่วถึงมากขึ้น ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลางและใหญ่ จะมีการติดตั้งอุปกรณ์ปล่อยสัญญาณ wifi ในห้องพัก ห้องละ 1 ตัว แต่ถ้าเป็นโรงแรมขนาดเล็ก จะติดตั้งอุปกรณ์ปล่อยสัญญาณ wifi ในพื้นที่สาธารณะ โดยผู้ให้บริการสามารถใช้ Wifi

สำหรับทำงาน ส่งงาน รวมถึง สามารถดูหนัง ฟังเพลง ออนไลน์ ได้

2.3.2 การเปรียบเทียบราคาห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน และสื่อออนไลน์ มีแนวทางดังนี้

1) การให้ข้อมูลราคาห้องพักผ่านตลาดออนไลน์ต่างๆ (Online Travel Agent: OTA) เช่น agoda, booking.com, expedia โดยตลาดออนไลน์ทุกตลาดต้องให้ราคาเท่ากัน ผ่านระบบ Channel manager

2) การให้ข้อมูลราคาผ่านทาง Website Facebook ของโรงแรม ซึ่งราคาห้องพักที่เสนอในช่องทางนี้จะขึ้นอยู่กับทางโรงแรมว่าจะจัดโปรโมชั่นอย่างไร ซึ่งอาจจะแตกต่างจากราคาที่เสนอผ่านทาง OTA

2.3.3 ระบบ IT ในการจองห้องพัก มีแนวทางดังนี้

1) มีระบบการจองห้องพักที่สามารถติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง เช่น ระบบ booking engine (การจองห้องพัก) ผ่าน Website Facebook Line ของโรงแรม ซึ่งถ้าจองผ่านโรงแรมโดยตรงจะได้ราคาที่ถูกลงกว่าผ่าน agent แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าคนไทยที่จองผ่านระบบของโรงแรมเนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องของภาษาที่ใช้บน Website

2) มีระบบการจองผ่าน agent ออนไลน์ (OTA) ซึ่งจะเป็นระบบของ agent นั้นๆ ที่เชื่อมโยงข้อมูลกับทางโรงแรม เช่น agoda booking.com sea trip hotel.com ซึ่งการจองผ่านช่องทางนี้ค่อนข้างสะดวกและลูกค้าที่เป็นต่างชาติสามารถเข้าถึงได้เนื่องจากการมีการใช้ภาษาที่หลากหลาย

2.3.4 ระบบการแจ้งโปรโมชั่น ให้กับผู้ใช้บริการ มีแนวทางดังนี้

การแจ้งโปรโมชั่นให้กับผู้ใช้บริการถ้าเป็นลูกค้าทั่วไปสามารถตรวจสอบโปรโมชั่นผ่านทางออนไลน์ต่างๆ และทาง Website ของทางโรงแรม ได้ ส่วนลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะมีระบบการแจ้งเตือนผ่าน e-mail line ส่วนตัวของสมาชิกซึ่งลูกค้าจะได้ทราบข้อมูลโปรโมชั่นที่ update อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2.4 ด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก พบว่าผู้บริหารโรงแรมได้ให้ความสำคัญ ดังนี้

2.4.1 การประสานงานกับธนาคาร มีแนวทางดังนี้

1) การทำ contract กับธนาคารเพื่อความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (Payment gateway) เพื่อให้ทางธนาคารทราบว่าถ้าลูกค้าจ่ายเงินบัตรเครดิตจะตัดเงินในส่วนนี้

2) การทำ contract กับธนาคารเพื่อทำโปรโมชั่นส่วนลดค่าห้องพัก เช่น ถ้าลูกค้าใช้บัตร KTC ในการชำระเงินจะได้ส่วนลดค่าห้องพัก 10%

2.4.2 การประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว/ร้านอาหาร มีแนวทางดังนี้

1) การทำ contract กับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โรงแรมในพื้นที่พหุฯจะมีการทำความร่วมมือกับ cartoon network ทิฟฟานี่ จะเป็นลักษณะของการขายพร้อมห้องจะได้ราคาบัตรเข้าชมที่ถูกกว่าราคาปกติ

2) การทำ contract กับร้านอาหาร เป็นการทำความร่วมมือในการได้รับส่วนลดค่าอาหาร ถ้าเป็นลูกค้าที่มาพักกับทางโรงแรม

3) การทำ contract กับหน่วยงานราชการ เช่น ทางเทศบาลได้จัดทำแผนพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และนำมาฝากโปรโมทกับทางโรงแรมเพื่อแจกฟรีให้กับลูกค้า ซึ่งโรงแรมในเครือที่เข้าร่วมจะมีคูปองส่วนลด 10 %, 15%, หรือ 20% เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจโรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0” โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed method) ได้แก่ การประยุกต์ข้อมูลภูมิสารสนเทศ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะนำเสนอการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 “เพื่อประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ” สรุปผลดังนี้

จากการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของการตำแหน่งโรงแรม โดยวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงลำดับชั้น (AHP) ทำการนำเข้าข้อมูลเชิงพื้นที่ของปัจจัยต่างๆ ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมจากแบบจำลอง PSA และทำการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์และจัดสร้างข้อมูลเชิงพื้นที่โดยการ Overlay Analysis โดยจำแนกระดับความเหมาะสมของศักยภาพทำเล ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง และพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง มีพื้นที่ทั้งหมด 353.89 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 7.53 ของพื้นที่ทั้งหมด) โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับสูงมีทั้งหมด 99 โรงแรม อยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดชลบุรี จำนวน 58 โรงแรม จังหวัดระยอง จำนวน 41 โรงแรม ส่วนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดไม่มีโรงแรมที่อยู่ในเขตศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง
2. พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง มีพื้นที่ทั้งหมด 2,731.95 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 58.12 ของพื้นที่ทั้งหมด) โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับปานกลางมีทั้งหมด 154 โรงแรม อยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดชลบุรี จำนวน 32 โรงแรม จังหวัดระยอง จำนวน 47 โรงแรม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 57 โรงแรม และจังหวัดตราด จำนวน 18 โรงแรม
3. พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,614.31 ตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 34.35 ของพื้นที่ทั้งหมด) โดยโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมระดับต่ำมีทั้งหมด 4 โรงแรม อยู่ในเขตชายฝั่งจังหวัดตราด จำนวน 4 โรงแรม ส่วนจังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดจันทบุรีไม่มีโรงแรมที่ถูกประเมินอยู่ในเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 “เพื่อประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษาภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel” สรุปผลดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research)

จากการเก็บแบบสอบถามจากโรงแรมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 156 โรงแรมสามารถสรุปผลการศึกษาในแต่ละส่วน ดังนี้

1.1 สรุปผลข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมขนาดเล็กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นโรงแรมขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.2 และอันดับสุดท้ายเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 5 - ต่ำกว่า 10 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 อันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 10 - ต่ำกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.1 มีราคาห้องพัก มากกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เกิน 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพัก มากกว่า 900 บาท แต่ไม่เกิน 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.9 อันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพัก มากกว่า 3,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.2 มีรูปแบบการบริหารงานบริหารงานอย่างอิสระ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.2 และรองลงมาเป็นโรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารงานบริหารงานเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 12.8 มีระดับมาตรฐานโรงแรม 3 ดาว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานโรงแรม 2 ดาว คิดเป็นร้อยละ 19.9 และอันดับ 3 เป็นโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานโรงแรม 1 ดาว คิดเป็นร้อยละ 18.6

1.2 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.04$) ซึ่งมีความสำคัญระดับมาก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านภัยพิบัติและอาชญากรรม ($\bar{x} = 3.98$) ซึ่งมีความสำคัญระดับมาก อันดับ 3 เป็นปัจจัยด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.50$) ซึ่งมีความสำคัญระดับมาก และอันดับสุดท้ายเป็นปัจจัยด้านการเข้าถึงการเดินทาง ($\bar{x} = 3.12$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

1.3 สรุปผลการศึกษาการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในด้านการตลาด (4P) มากที่สุด ($\bar{x} = 3.24$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านการจัดการองค์กร ($\bar{x} = 3.18$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 3 เป็นด้านการพัฒนาเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ($\bar{x} = 3.12$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง อันดับ 4 เป็นด้านการจัดการทรัพยากร ($\bar{x} = 3.07$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายเป็นด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ($\bar{x} = 2.95$) ซึ่งมีความสำคัญระดับปานกลาง

1.4 สรุปผลการประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel พบว่า เมื่อโรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการดำเนินงานของโรงแรมภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel ทำให้มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มากที่สุด ($\bar{x} = 3.26$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง รองลงมาได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ ($\bar{x} = 3.13$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง อันดับ 3 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ($\bar{x} = 3.09$) และอันดับสุดท้าย มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหลังจากลงทุนในระบบ i-Hotel ($\bar{x} = 2.81$) ซึ่งมีผลลัพธ์ระดับปานกลาง

2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คนสามารถสรุปผลแนวทางการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรมแถบชายฝั่งตะวันออก ได้ดังนี้

2.1 ด้านการจัดองค์การ พบว่าผู้บริหารโรงแรมมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

2.1.1 โครงสร้างองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ มีแนวทางดังนี้

- 1) การวางแผนและคาดการณ์ ตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น วางแผนเตรียมการว่าใน 3 หรือ 5 เดือนข้างหน้าจะมีวันสำคัญ หรือเทศกาลอะไรบ้างที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่
- 2) การปรับตัวด้านการจัดการบุคลากร โดยการให้พนักงานทำงานแบบ multi skill มากขึ้น

2.1.2 การกำหนดนโยบายสารสนเทศที่ชัดเจน มีแนวทางดังนี้

- 1) ผู้บริหารโรงแรมควรมีการกำหนดนโยบายด้าน IT ที่ชัดเจนมากขึ้นเนื่องจาก IT ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในโลกยุคปัจจุบัน
 - 2) ผู้บริหารโรงแรมควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับขนาดองค์กร
- 2.1.3 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ทั้งองค์กร มีแนวทางดังนี้

- 1) ถ้าเป็นโรงแรมขนาดใหญ่จะมีการใช้ระบบ IT ที่เชื่อมโยงกันทุกส่วนตั้งแต่ส่วนของการจอง การ check in การคิดค่าใช้จ่าย ระบบห้องอาหาร และระบบรักษาความปลอดภัย
- 2) ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก การใช้ระบบ IT จะยังไม่ครอบคลุม จะมีการใช้แค่บางแผนก เช่น แผนกฟรอนต์ แผนกบัญชี แผนกต้อนรับห้องพัก ซึ่งใช้เป็นโปรแกรมสำเร็จรูป

2.2 ด้านการจัดการทรัพยากร พบว่าผู้บริหารโรงแรมมีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

2.2.1 การจัดสรรงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแนวทางดังนี้

- 1) โรงแรมขนาดใหญ่ มีการจัดสรรงบประมาณที่ค่อนข้างสูง เช่น ระบบ Software และ Hardware รวมถึงค่าจ้างบุคลากรและอื่นๆ ที่ต้องเกิดขึ้นตามมา
- 2) โรงแรมขนาดกลาง มีการจัดสรรงบประมาณในระดับปานกลางถึงสูง แต่ค่าใช้จ่ายส่วนนี้จะลงทุนครั้งเดียว
- 3) โรงแรมขนาดเล็ก มีการจัดสรรงบประมาณค่อนข้างน้อย และมีปัญหาเรื่องการจ้างบุคลากรที่ขาดแคลนในส่วนนี้

2.2.2 การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแนวทางดังนี้

- 1) มีการสนับสนุนบุคลากรในการอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามสายงานหรือตามความสนใจ
- 2) โรงแรมที่มีลักษณะเป็น Hotel Group จะมี บุคลากร IT จากโรงแรมในเครือข่ายที่เป็นโรงแรมหลักมาอบรมด้าน IT ให้แก่บุคลากร
- 3) โรงแรมขนาดเล็กจะไม่ให้ความสำคัญด้านการอบรม IT ให้กับบุคลากร เนื่องจากมีค่าใช้จ่าย และการใช้ระบบ IT ยังไม่ครอบคลุมทุกส่วนมากนัก

2.3 ด้านการประยุกต์ใช้ทางการตลาด 4P พบว่าผู้บริหารโรงแรม มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

2.3.1 การให้บริการภายในโรงแรมผ่านอุปกรณ์ IT มีแนวทางดังนี้

โรงแรมในทุกขนาด ส่วนใหญ่จะเน้นที่การให้บริการ wifi ที่ทั่วถึงมากขึ้น ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลางและใหญ่ จะมีการติดตั้งอุปกรณ์ปล่อยสัญญาณ wifi ในห้องพัก ห้องละ 1 ตัว แต่ถ้าเป็นโรงแรมขนาดเล็ก จะติดตั้งอุปกรณ์ปล่อยสัญญาณ wifi ในพื้นที่สาธารณะ

2.3.2 การเปรียบเทียบราคาห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน และสื่อออนไลน์ มีแนวทางดังนี้

1) การให้ข้อมูลราคาห้องพักผ่านตลาดออนไลน์ต่างๆ (Online Travel Agent: OTA) เช่น agoda, booking.com, expedia โดยตลาดออนไลน์ทุกตลาดต้องให้ราคาเท่ากัน ผ่านระบบ Channel manager

2) การให้ข้อมูลราคาผ่านทาง Website Facebook ของโรงแรม ซึ่งราคาห้องพักที่เสนอในช่องทางนี้จะขึ้นอยู่กับทางโรงแรมว่าจะจัดโปรโมชั่นอย่างไร ซึ่งอาจจะแตกต่างจากราคาที่เสนอผ่านทาง OTA

2.3.3 ระบบ IT ในการจองห้องพัก มีแนวทางดังนี้

1) มีระบบการจองห้องพักที่สามารถติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง เช่น ระบบ booking engine (การจองห้องพัก) ผ่าน Website Facebook Line ของโรงแรม

2) มีระบบการจองผ่าน agent ออนไลน์ (OTA) ซึ่งจะเป็นระบบของ agent นั้นๆ ที่เชื่อมโยงข้อมูลกับทางโรงแรม เช่น agoda booking.com sea trip hotel.com

2.3.4 ระบบการแจ้งโปรโมชั่น ให้กับผู้ใช้บริการ มีแนวทางดังนี้

การแจ้งโปรโมชั่นให้กับผู้ใช้บริการถ้าเป็นลูกค้าทั่วไปสามารถตรวจสอบโปรโมชั่นผ่านทางออนไลน์ต่างๆ และทาง Website ของทางโรงแรม ได้ ส่วนลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะมีระบบการแจ้งเตือนผ่าน e-mail line ส่วนตัวของสมาชิกซึ่งลูกค้าจะได้ทราบข้อมูลโปรโมชั่นที่ update อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2.4 ด้านการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก พบว่าผู้บริหารโรงแรม มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

2.4.1 การประสานงานกับธนาคาร มีแนวทางดังนี้

1) การทำ contract กับธนาคารเพื่อความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (Payment gateway)

2) การทำ contract กับธนาคารเพื่อทำโปรโมชั่นส่วนลดค่าห้องพัก เช่น ถ้าลูกค้าใช้บัตร KTC ในการชำระเงินจะได้ส่วนลดค่าห้องพัก 10%

2.4.2 การประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว/ร้านอาหาร มีแนวทางดังนี้

1) การทำ contract กับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โรงแรมในพื้นที่ที่พญาจะมีการทำความร่วมมือกับ cartoon network ทิฟฟานี่ จะเป็นลักษณะของการขายพร้อมห้องจะได้ราคาบัตรเข้าชมที่ต่ำกว่าราคาปกติ

2) การทำ contract กับร้านอาหาร เป็นการทำความร่วมมือในการได้รับส่วนลดค่าอาหาร ถ้าเป็นลูกค้าที่มาพักกับทางโรงแรม

3) การทำ contract กับหน่วยงานราชการ เช่น ทางเทศบาลได้จัดทำแผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และนำมาฝากโปรโมทกับทางโรงแรมเพื่อแจกฟรีให้กับลูกค้า ซึ่งโรงแรมในเครือที่เข้าร่วมจะมีคูปองส่วนลด 10 %, 15%, หรือ 20%

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรมบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก และนำข้อมูลตำแหน่งโรงแรมมาทำการซ้อนทับกับพื้นที่เหมาะสมดังกล่าว จากนั้นได้ทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ จากโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสม ทั้ง 3 ระดับ ซึ่งผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม ปรากฏว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากในพื้นที่ศึกษาอยู่ในเขตชายฝั่งทะเลตะวันออกและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งอาทิตย์ บุษอาอินทร์ และ กฤษ จรินทร์ (2559) ที่พบว่า บริเวณที่มีการลงทุนจะส่งผลให้เกิดการสร้างแหล่งงาน ไม่ว่าจะเป็นการประกอบธุรกิจอะไรก็ตามดังนั้นบริเวณที่มีการลงทุน เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงเป็นแหล่งดึงดูดให้ประชากรหลั่งไหลเข้ามาในพื้นที่มากตามไปด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่อยู่อาศัยและการประกอบธุรกิจต่างๆ ตามมา

ส่วนผลการศึกษากการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม บริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก พบว่า ผู้ประกอบการมีการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในด้านการตลาด (4P) มากที่สุด ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการให้บริการต่างๆ ภายในโรงแรมผ่านระบบ IT ด้านราคา (Price) เป็นการเปรียบเทียบราคาห้องพักผ่าน แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือระบบ IT ด้านการเข้าถึง (Place) เป็นเข้าถึงข้อมูลและตัดสินใจเข้าพักโดยผ่านระบบ IT ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การใช้ระบบ IT ในการแจ้งข้อมูล โปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์ และบริการของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับ (ธงไชย สุรินทร์วรานุกร, 2554) ที่กล่าวว่า การพัฒนาด้านเทคโนโลยีในธุรกิจโรงแรมเพียงอย่างเดียว คงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการประยุกต์หลักการตลาดมาใช้ร่วมกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัวด้านการจัดการบุคลากร โดยการให้พนักงานทำงานแบบ multi skill มากขึ้น
2. ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดนโยบายด้าน IT ที่ชัดเจนมากขึ้นเนื่องจาก IT ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในโลกยุคปัจจุบัน Thailand 4.0
3. ผู้ประกอบการควรมีจัดสรรงบประมาณ และการใช้ระบบ IT ที่เหมาะสมสอดคล้องกับขนาดของโรงแรม
4. ผู้ประกอบการควรมีการสนับสนุนบุคลากรในการอบรมด้าน IT ตามสายงาน
5. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการให้บริการ wifi ที่ทั่วถึงมากขึ้น
6. ผู้ประกอบการควรมีการอัปเดตข้อมูลราคาห้องพัก และโปรโมชั่น ผ่านตลาดออนไลน์ต่างๆ (Online Travel Agent: OTA) ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
7. ผู้ประกอบการควรนำ IT เข้ามาพัฒนาระบบการบริหารจัดการต่างๆ ของโรงแรม เช่น ระบบการจอง ระบบ check in ระบบบัญชี ระบบห้องอาหาร ระบบรักษาความปลอดภัย
8. ผู้ประกอบการควรมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการใช้เป็นส่วนลด หรือ โปรโมชั่นให้กับผู้ใช้บริการ เช่น ธนาคาร สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร หน่วยงานราชการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การนำเทคนิคการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมโดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และความเชื่อมโยงของการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโรงแรมที่จะนำมาประเมินเรื่องการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ศึกษาอื่นๆ หรือกับกลุ่มโรงแรมที่อยู่ในบริบทอื่นๆ เช่น City Hotel, Hostel เป็นต้น ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยในการประเมินที่แตกต่างการออกไป

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). โครงการศึกษาสถานการณ์ลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต กรณีศึกษา : ธุรกิจโรงแรม. เข้าถึงได้จาก <http://tourisminvest.tat.or.th>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). รายงานประจำปี 2550. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ.
- กรมสรรพากร. (2558). ตรวจสอบรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม. วันที่ค้นข้อมูล 2 มกราคม 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/44132.0.html>.
- ธนวิทย์ เพียรดี และ มาฆฤกษ์ ชูช่วย. (2559). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของที่พักรวมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมกรณีศึกษา โรงแรมขวัญมอ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7, 1233 – 1247. เข้าถึงได้จาก <http://www.hu.ac.th/conference2016>.
- ธงไชย สุรินทร์วารงกูร. (2554). การวิเคราะห์หาแนวทางเพื่อพัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิศามาศ เลหารัตนศิริธู. (2559). การพัฒนาธุรกิจโรงแรมต่อความรับผิดชอบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและผลการดำเนินงานของโรงแรม. ดุษฎีนิพนธ์, การพัฒนาองค์การและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์. (2553). การโรงแรมเบื้องต้น. 1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รุ่งอาทิพย์ บูชาอินทร์ และกฤษ จรินโท. (2559). ปัจจัยที่ใช้ในการวางแผนองค์การธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้านการเลือกทำเลที่ตั้งหมู่บ้านจัดสรรยุคใหม่. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 8 (2), พฤษภาคม - สิงหาคม 2559.
- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2557). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย. เข้าถึงได้จาก http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=988.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- ศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center. (2557). การแบ่งประเภทของที่พักรวม. วันที่ค้นข้อมูล 8 พฤศจิกายน 2559, เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th>.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 - 2564, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 133 ตอนที่ 115 ก 30 ธันวาคม 2559.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). โครงการสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสเฮ้าส์.
เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/pubsfiles/Hotel-Guest.pdf>.
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 1) ประเภทโรงแรมระดับ 1-4 ดาว.
เข้าถึงได้จาก https://thaits.org/tts_pr/wp-content/uploads/2016/09/มาตรฐานท่องเที่ยว-โรงแรม-1-4-ดาว.pdf.
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 2) ประเภทโรงแรมระดับ 5 ดาว.
เข้าถึงได้จาก <file:///C:/Users/AUNG/Downloads/มาตรฐานท่องเที่ยวไทยโรงแรม%205%20ดาว.pdf>.
- Saaty, T.L. (1980) *The Analytic Hierarchy Process*, New York: McGraw Hill. International, Translated to Russian, Portuguese, and Chinese, Revised editions, Paperback (1996, 2000), Pittsburgh: RWS Publications.

ภาคผนวก
แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

แบบสอบถาม

เรื่อง “การประเมินกลยุทธ์ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจโรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของโรงแรม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการบริหารจัดการโรงแรม

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่งโรงแรม (Hotel Site Suitability Mapping) บริเวณชายฝั่งตะวันออก โดยประยุกต์แบบจำลองทางคณิตศาสตร์และข้อมูลภูมิสารสนเทศ
2. เพื่อประเมินและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจของกลุ่มโรงแรมในพื้นที่ศึกษาภายใต้การประยุกต์ภูมิสารสนเทศและเทคโนโลยี i-Hotel

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของโรงแรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ขนาดที่พัก

- 1.1 () ขนาดใหญ่ (150 ห้องขึ้นไป)
- 1.2 () ขนาดกลาง (มากกว่า เท่ากับ 60 ห้อง ไม่เกิน 149ห้อง)
- 1.3 () ขนาดเล็ก (ต่ำกว่า 60 ห้อง)

2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- 2.1 () ต่ำกว่า 5 ปี
- 2.2 () 5 - ต่ำกว่า 10 ปี
- 2.3 () 10 - ต่ำกว่า 15 ปี
- 2.4 () 15 - ต่ำกว่า 20 ปี
- 2.5 () ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

3. ราคาที่พักต่อคืน

- 3.1 () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท
- 3.2 () มากกว่า 500 บาท แต่ไม่เกิน 900 บาท
- 3.3 () มากกว่า 900 บาทและไม่เกิน 1,500 บาท
- 3.4 () มากกว่า 1,500 บาทและไม่เกิน 3,000 บาท
- 3.5 () มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป

4. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

4.1 () บริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels)

4.2 () บริหารงานเครือข่าย (Chain Hotels)

5. ระดับมาตรฐานโรงแรม

5.1 () 1 ดาว 5.2 () 2 ดาว 5.3 () 3 ดาว

5.4 () 4 ดาว 5.5 () 5 ดาว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด แต่ละข้อมีความเห็น 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 มากที่สุด หมายความว่า ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 มาก หมายความว่า ท่านเห็นด้วย

ระดับ 3 ปานกลาง หมายความว่า ท่านไม่แน่ใจ

ระดับ 2 น้อย หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 น้อยที่สุด หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับที่	ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีปัจจัยที่ส่งผลต่อที่ตั้งโรงแรมแต่ละด้านระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก					
	1.1 ใกล้ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า					
	1.2 ใกล้ร้านสะดวกซื้อ					
	1.3 ใกล้โรงพยาบาล					
2	การเข้าถึงการเดินทาง					
	2.1 ใกล้ถนนสายหลัก					
	2.2 ใกล้ถนนสายรอง					
	2.3 ใกล้สนามบิน					
	2.4 ใกล้สถานีรถไฟ					
	2.5 ใกล้สถานีขนส่งรถโดยสาร					
3	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
	3.1 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาด ภูเขา เป็นต้น					

ลำดับที่	ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีปัจจัยที่ส่งผลต่อที่ตั้งโรงแรมแต่ละด้านระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	3.2 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เช่น สวนน้ำ สวนสาธารณะ เป็นต้น					
	3.3 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
	3.4 ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์					
4	ภัยพิบัติและอาชญากรรม					
	4.1 ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงอุทกภัย					
	4.2 ไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนัก					
	4.3 ไม่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแออัด					
	4.4 ใกล้สถานีตำรวจ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่าน

มากที่สุด แต่ละข้อมีความเห็น 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 มากที่สุด หมายความว่า ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 มาก หมายความว่า ท่านเห็นด้วย

ระดับ 3 ปานกลาง หมายความว่า ท่านไม่แน่ใจ

ระดับ 2 น้อย หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 น้อยที่สุด หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับที่	ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรมแต่ละด้านระดับใด?	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	การจัดการองค์กร					
	1.1 มีโครงสร้างองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์					
	1.2 มีการกำหนดนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ชัดเจน					
	1.3 นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ทั้งองค์กร					

ลำดับที่	ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมี การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการ จัดการโรงแรมแต่ละด้านระดับใด?	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
2	การจัดการทรัพยากร					
	2.1 มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดหา เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม					
	2.2 มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ ทันสมัย					
	2.3 มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
3	การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทาง การตลาด 4P					
	3.1 มีการแจ้งการใช้บริการต่าง ๆ ภายในโรงแรมผ่าน Tablet, Smart phone					
	3.2 สามารถเปรียบเทียบราคาห้องพัก ผ่านแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ต่าง ๆ					
	3.3 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจอง ห้องพัก เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น					
	3.4 มีการแจ้งโปรโมชั่นใหม่ ๆ ให้ลูกค้า เข้าถึงได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว					
4	การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก					
	4.1 มีการจองห้องพักร่วมกับสายการ เครื่องบิน บริษัททัวร์ เป็นต้น					
	4.2 มีการประสานงานกับธนาคารต่าง ๆ เพื่อความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ในการชำระเงิน					
	4.3 ร่วมมือกับผู้ประกอบการแหล่ง ท่องเที่ยว ร้านอาหารเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร					

ลำดับที่	ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมี การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการ จัดการโรงแรมแต่ละด้านระดับใด?	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
5	การพัฒนาด้านเทคโนโลยี i-Hotel ใน การขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0					
	5.1 มีระบบการตรวจสอบสถานะการจอง ห้องพักของลูกค้า					
	5.2 มีระบบลงทะเบียน (check in) ก่อน เข้าพักผ่านอินเทอร์เน็ต					
	5.3 มีระบบการจ่ายเงินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น บัตรเครดิต การโอนเงิน ผ่านธนาคาร หรือเคาเตอร์เซอร์วิส เป็นต้น					
	5.4 มีการคิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของลูกค้า ผ่านระบบบัญชีที่เชื่อถือได้และได้ มาตรฐาน					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่าน

มากที่สุด แต่ละข้อมีความเห็น 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 มากที่สุด หมายความว่า ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 มาก หมายความว่า ท่านเห็นด้วย

ระดับ 3 ปานกลาง หมายความว่า ท่านไม่แน่ใจ

ระดับ 2 น้อย หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 น้อยที่สุด หมายความว่า ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับที่	ท่านคิดว่าองค์กรโรงแรมของท่านมี ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel แต่ละด้านระดับใด?	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1	ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel					
	1.1 มีค่าใช้จ่ายหลังจากการลงทุนในระบบ i-Hotel					
	1.2 มีรายได้เพิ่มจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น					

ลำดับที่	ท่านคิดว่าองค์โรงแรมของท่านมี ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel แต่ละด้านระดับใด?	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
	1.3 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ					
	1.4 มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย					

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “การประเมินกลยุทธ์ i-Hotel และเขตศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของธุรกิจโรงแรม บริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก ภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0”

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย ซึ่งผลการศึกษาไม่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใดและข้อมูลที่ได้รับจะถือเป็นความลับ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1: ลักษณะทั่วไปของโรงแรม

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ - นามสกุล _____

ตำแหน่ง _____

การศึกษา _____

ประสบการณ์การทำงาน _____

2. ลักษณะทั่วไปโรงแรมของท่านเป็นอย่างไร

- ขนาดที่พัก
- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- ราคาที่พัก
- รูปแบบการดำเนินธุรกิจ
- ระดับมาตรฐานโรงแรม

ตอนที่ 2 : ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม

- การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก
- การเข้าถึงการเดินทาง
- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- ภัยพิบัติและอาชญากรรม

1. ท่านคิดว่ามีปัจจัยด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อทำเลที่ตั้งธุรกิจโรงแรม อย่างไร

ตอนที่ 3 : การประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม

- การจัดการองค์กร เช่น โครงสร้างปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ นโยบายชัดเจน ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งองค์กร
- การจัดการทรัพยากร เช่น จัดสรรงบประมาณเหมาะสม พัฒนาระบบสารสนเทศที่ทันสมัย พัฒนาบุคลากร
- การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P เช่น ให้บริการผ่าน Tablet, Smart phone ทั้งการเปรียบเทียบราคา จองห้องพัก แจ็งโปรโมชั่นใหม่ ๆ
- การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เช่น จองห้องพักร่วมกับสายการบิน บริษัททัวร์ ประสานงานกับธนาคารต่าง ๆ ร่วมกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร
- การพัฒนาด้านเทคโนโลยี i-Hotel ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 เช่น มีระบบการตรวจสอบสถานะการจอง ระบบลงทะเบียน (check in) ก่อนเข้าพักผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบการจ่ายเงินที่สะดวก ระบบการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของลูกค้าที่เชื่อถือได้และได้มาตรฐาน

1.โรงแรมของท่านได้มีการประยุกต์เทคโนโลยี i-Hotel ในการจัดการโรงแรม ด้านใดบ้าง อย่างไร

ตอนที่ 4: ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel

- ค่าใช้จ่ายหลังจากการลงทุนในระบบ i-Hotel
- รายได้
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ
- ความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ i-Hotel ด้านใดบ้าง และแต่ละด้านมีการบริหารจัดการ อย่างไร
