

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย*

FACTORS INFLUENCING HOTEL BUSINESS PERFORMANCE IN THE GULF OF THAILAND

นุชณา ณ พายัพ, ชาญวุฒิ ทองแกมแก้ว*, ณัฏฐ์ศมน จิรังวรพจน์

Nutsana Na Phayap, Chanwut Thongkamkaew*, Natsamol Jirangvoraphot

วิทยาลัยนานาชาติดิษยะสรีน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

Didyasarin International College, Hatyai University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: Chanwut_t@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย ครอบคลุมจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของกิจการและผู้บริหารโรงแรม จำนวน 362 ราย ได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และมีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม และการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = 0.349$, Sig. = 0.000) รองลงมา คือ นวัตกรรม ($\beta = 0.249$, Sig. = 0.000) และการบริหารความเสี่ยง ($\beta = 0.230$, Sig. = 0.000) ขณะที่การตลาดดิจิทัลไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ โมเดลการวิจัยมีค่าความสอดคล้องรวม R เท่ากับ 0.789 และค่า R^2 เท่ากับ 0.623 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 62.3 ผลการศึกษาชี้ว่าการสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม และการบริหารความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับผลการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย รวมถึงการกำหนดทิศทางเชิงนโยบาย การพัฒนาเชิงพื้นที่ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมต่อไป

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรม, การสนับสนุนจากภาครัฐ, นวัตกรรม, การตลาดดิจิทัล, การบริหารความเสี่ยง

Abstract

This study aimed to examine the factors influencing the performance of hotel businesses in the Gulf of Thailand coastal area, covering Chumphon, Surat Thani, Nakhon Si Thammarat, Phatthalung,

and Songkhla provinces. A quantitative research approach was employed using a survey research design. The sample consisted of 362 hotel owners and managers, determined using Yamane's sample size formula and selected through convenience sampling. The research instrument was a questionnaire that was validated for content validity by experts and demonstrated high reliability, with Cronbach's Alpha coefficients exceeding 0.70. Data were analyzed using descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression analysis. The results revealed that government support, innovation, and risk management had positive and statistically significant effects on hotel business performance. Government support exerted the strongest influence ($\beta = 0.349$, Sig. = 0.000), followed by innovation ($\beta = 0.249$, Sig. = 0.000) and risk management ($\beta = 0.230$, Sig. = 0.000). In contrast, digital marketing was found to have no statistically significant effect on hotel performance. The overall model fit showed a correlation coefficient (R) of 0.789 and a coefficient of determination (R^2) of 0.623, indicating that the independent variables explained 62.3% of the variance in hotel business performance. The findings indicate that government support, innovation, and risk management are key factors in enhancing hotel performance and strengthening competitive advantage in the Gulf of Thailand coastal area. These results also provide important implications for policy direction, spatial development, and systematic long-term strategic decision-making, and can serve as strategic guidelines for hotel operators and relevant stakeholders to promote sustainable development in the hotel business sector.

Keywords: Hotel Business Performance, Government Support, Innovation, Digital Marketing, Risk Management

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีชื่อเสียงด้านความคุ้มค่า คุณภาพบริการ และความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และก่อให้เกิดรายได้จำนวนมากเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ ทั้งยังช่วยส่งเสริมการพัฒนา ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างเมืองและภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมประมาณ 35.54 ล้านคน ซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศประมาณ 1.67 ล้านล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกว่า 198.69 ล้านคน - ครั้ง ซึ่งสร้างรายได้ประมาณ 9.5 แสนล้านบาท ส่งผลให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศอยู่ที่ประมาณ 2.62 ล้านล้านบาท ซึ่งสะท้อนถึงการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวไทยในช่วงหลังสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2567) โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยซึ่งครอบคลุมจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา ถือเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยว ด้วยทรัพยากรทางทะเล วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ทำให้ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างรายได้จำนวนมาก และเป็นกลไกสำคัญ

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาค (แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พ.ศ. 2566 - 2570, 2566) อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม จนเกิดการหยุดชะงักของกิจกรรมการบริการทั้งหมด เมื่อสถานการณ์คลี่คลายในปี 2566 ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องปรับตัวและยกระดับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญต่อการตลาดดิจิทัล การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงเพื่อรองรับสถานการณ์ไม่คาดคิด ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการแข่งขันและการฟื้นฟูของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ ซึ่งมีจำนวนกว่า 3,782 แห่ง และก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 30,522 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดจากการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งทรัพยากรที่เป็นตัวตน เช่น เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน เช่น ความรู้ นวัตกรรม ข้อมูล และความสามารถของบุคลากร (Barney, J., 1991) ภายใต้กรอบแนวคิด RBV ปัจจัยทั้งสี่ ได้แก่ การสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม การตลาดดิจิทัล และการบริหารความเสี่ยง สามารถพิจารณาได้ว่าเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากช่วยเสริมสร้างความสามารถในการดำเนินงาน การปรับตัว และความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว โดยการสนับสนุนจากภาครัฐช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้และเงินทุน นวัตกรรมช่วยสร้างความแตกต่างด้านบริการ การตลาดดิจิทัลช่วยแปลงทรัพยากรให้เกิดคุณค่าเชิงพาณิชย์ และการบริหารความเสี่ยงช่วยรักษาเสถียรภาพขององค์กรท่ามกลางความไม่แน่นอน โดยมีงานวิจัยจำนวนมากสนับสนุนว่า การสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของธุรกิจ (Pu, G. et al., 2021) ขณะที่นวัตกรรมช่วยยกระดับกระบวนการบริการให้มีความทันสมัยและมีคุณภาพมากขึ้น (Hu, X. et al., 2020) ส่วนการตลาดดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง เพิ่มโอกาสทางการตลาด และการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Junusi, E. R., 2020) ในขณะที่การบริหารความเสี่ยงช่วยให้ธุรกิจสามารถรับมือกับความผันผวนและลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Shad, M. K. & Lai, F. W., 2019) ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยทั้งสี่จึงถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบหลักที่เชื่อมโยงกับประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะในบริบทของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยซึ่งยังมีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาเฉพาะเจาะจงในพื้นที่นี้ไม่มากนัก การศึกษารังนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภูมิภาคนี้อย่างไร ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นของประเทศในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง หน่วยวิเคราะห์ (Unit Of Analysis) ของการวิจัยครั้งนี้อยู่ในระดับองค์กร (Organizational Level) โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารของโรงแรม แห่งละ 1 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการขององค์กร ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย จำนวน 3,782 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) โดยโรงแรมที่ใช้เป็นประชากรในการวิจัย หมายถึง โรงแรมที่จดทะเบียนประกอบ ธุรกิจอย่างถูกต้องตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และมีการประกอบกิจการเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งโรงแรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ขอบเขตพื้นที่ศึกษาครอบคลุมโรงแรมทุกแห่ง ที่ตั้งอยู่ใน 5 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา โดย ไม่ได้จำกัดเฉพาะโรงแรมที่ตั้งอยู่ติดแนวชายฝั่งทะเลเท่านั้น เพื่อให้สามารถสะท้อนภาพรวมของธุรกิจโรงแรม ในภูมิภาคนี้ได้อย่างครอบคลุมเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาพรวมได้อย่างแท้จริง การกำหนด ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Yamane, T. ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ($e = 0.05$) ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 362 ตัวอย่าง (Yamane, T., 1973) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่ม แบบสะดวก (Convenience Sampling) จากเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารโรงแรมในพื้นที่ศึกษาทั้ง 5 จังหวัด โดย เลือกจากผู้ที่สามารถเข้าถึงได้และยินยอมให้ข้อมูล จนครบ จำนวน 362 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามดังกล่าวได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และนำไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง โดยคำนวณ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า เครื่องมือ มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้ โดยแบ่งเป็น 7 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหารและข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม แบบสอบถาม ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ในส่วนนี้ถามเกี่ยวกับ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ระดับ การศึกษา จังหวัดที่ตั้งของธุรกิจ และจำนวนห้องพัก

2. ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมโดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Nakku, V. B. et al. ซึ่งมองว่าผลการดำเนินงานขององค์กรควรสะท้อนทั้งความสำเร็จในระยะสั้นและความสามารถในการอยู่รอด ในระยะยาว แนวคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ต้องพึ่งพารายได้ หมุนเวียนในระยะสั้นควบคู่กับความสามารถในการรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ในงานวิจัยนี้ “ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม” หมายถึง ระดับความสำเร็จของโรงแรมในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งในมิติของผลประกอบการระยะสั้นและความสามารถในการดำรงอยู่และเติบโตในระยะยาว โดยวัดจากการรับรู้ ของผู้บริหารผ่านแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเป้าหมายระยะสั้น จำนวน 3 ข้อ และ 2) ด้านการอยู่รอดระยะยาว จำนวน 4 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริงมากที่สุด” ถึง “จริงน้อยที่สุด” (Nakku, V. B. et al., 2020)

3. ส่วนที่ 3 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดการสนับสนุนจากภาครัฐโดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Falahat, M. et al., Chen, C. L. et al. ซึ่งมองว่าการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นทรัพยากรภายนอกที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในด้านองค์ความรู้ เงินทุน และกรอบกติกาทางธุรกิจ แนวคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพานโยบายภาครัฐ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการสนับสนุนด้านการเงินอย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยนี้ “การสนับสนุนจากภาครัฐ” หมายถึง ระดับการรับรู้ของผู้บริหารโรงแรมต่อการได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐในด้านข้อมูล ความรู้ และการสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งวัดจากแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูล จำนวน 4 ข้อ และ 2) ด้านการสนับสนุนด้านเงินทุนจำนวน 3 ข้อ โดยใช้มาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริงมากที่สุด” ถึง “จริงน้อยที่สุด” (Falahat, M. et al., 2021); (Chen, C. L. et al., 2021)

4. ส่วนที่ 4 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมโดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Turulja, L. & Bajgoric, N., Kijkasiwat, P. & Phuensane, P. ซึ่งมองว่านวัตกรรมเป็นทรัพยากรเชิงนามธรรมที่มีคุณค่าและยากต่อการลอกเลียนแบบ อันเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร แนวคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงและความคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนานวัตกรรมจึงช่วยให้โรงแรมสามารถสร้างความแตกต่างด้านบริการ เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในงานวิจัยนี้ “นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม” หมายถึง ความสามารถของโรงแรมในการพัฒนาแนวคิดใหม่ การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการปรับโครงสร้างหรือกระบวนการภายในองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยวัดจากการรับรู้ของผู้บริหารผ่านแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านนวัตกรรมบริการ จำนวน 5 ข้อ และ 2) ด้านนวัตกรรมองค์กร จำนวน 3 ข้อ ใช้มาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริงมากที่สุด” ถึง “จริงน้อยที่สุด” (Turulja, L. & Bajgoric, N., 2019); (Kijkasiwat, P. & Phuensane, P., 2020)

5. ส่วนที่ 5 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดการตลาดดิจิทัลของธุรกิจโรงแรมโดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Goldman, S. P. et al., Kerdpitak, C. ซึ่งมองว่าการตลาดดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการรับรู้ในวงกว้าง และเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันในตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันพึ่งพาสื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา และตัดสินใจเลือกใช้บริการ การใช้การตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพจึงช่วยให้โรงแรมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพิ่มโอกาสทางการตลาด และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในงานวิจัยนี้ “การตลาดดิจิทัลของธุรกิจโรงแรม” หมายถึง ระดับการใช้เครื่องมือและกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโรงแรมเพื่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และดึงดูดลูกค้า โดยวัดจากการรับรู้ของผู้บริหารผ่านแบบสอบถามจำนวน 9 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้โซเชียลมีเดีย จำนวน 5 ข้อ และ 2) ด้านกิจกรรมการตลาดจำนวน 4 ข้อ ใช้มาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริงมากที่สุด” ถึง “จริงน้อยที่สุด” (Goldman, S. P. et al., 2021); (Kerdpitak, C., 2022)

6. ส่วนที่ 6 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจโรงแรมโดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Hanggraeni, D. et al. ซึ่งมองว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์ ป้องกัน และรับมือกับความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน แนวคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความผันผวนจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ ฤดูกาลท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภค และสถานการณ์ไม่คาดคิด การมีระบบบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ จึงช่วยให้โรงแรมสามารถรักษาเสถียรภาพในการดำเนินงานและเพิ่มโอกาสในการอยู่รอดในระยะยาว ในงานวิจัยนี้ “การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจโรงแรม” หมายถึง ความสามารถของโรงแรมในการวางแผน ควบคุม และจัดการ ความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน โดยวัดจากการรับรู้ของผู้บริหารผ่านแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ และ 2) ด้านการตลาด จำนวน 4 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “จริงมากที่สุด” ถึง “จริงน้อยที่สุด” (Hanggraeni, D. et al., 2019)

7. ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยโทรศัพท์ประสานงานกับสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ เป็นหน่วยงานกลางในการประสานการเข้าถึงโรงแรมที่เป็นสมาชิก และเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการขอเข้าพื้นที่ เก็บข้อมูลวิจัย

2. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลส่งไปยังสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย เพื่อใช้เป็นเอกสารอ้างอิงประกอบการติดต่อกับโรงแรมต่าง ๆ

3. ผู้วิจัยประสานงานกับคณะกรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อขอเข้าร่วมในกิจกรรมที่สมาคมจัดขึ้น เช่น การประชุม อบรม หรือสัมมนา ซึ่งมีเจ้าของหรือผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก และใช้โอกาสนี้ แจกและเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบโดยตรง

4. ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามจังหวัดที่กำหนด โดยเก็บข้อมูลจาก เจ้าของ หรือผู้บริหารโรงแรมโดยตรง ทั้งในรูปแบบการส่งมอบแบบสอบถามถึงที่และการนัดหมายเพื่อขอความร่วมมือ ทั้งนี้ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลจากโรงแรม ที่สามารถติดต่อได้และยินยอมให้ข้อมูล ผ่านช่องทางของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวและการลงพื้นที่โดยตรง วิธีการ ดังกล่าวมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึงได้ยาก และช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บ ข้อมูลจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจขององค์กร นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลจากหลายจังหวัดในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยยังช่วยเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างและ สะท้อนภาพรวมของธุรกิจโรงแรมในภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม

5. เมื่อเก็บข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบและคัดแยกแบบสอบถาม ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ของงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัยโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้



1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จัดเก็บข้อมูลได้ จำนวน 362 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์
2. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ระดับการศึกษา จังหวัดที่ตั้งของธุรกิจ และจำนวนห้องพัก โดยการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) และ ค่าความถี่ (Frequency)
3. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในประเด็นผลการดำเนินงาน การสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม การตลาดดิจิทัล และการบริหารความเสี่ยง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผลที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นตามมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย และ 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด
4. วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยตัวแปรอิสระ (X) ได้แก่ การสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม การตลาดดิจิทัล และการบริหารความเสี่ยง ที่มีต่อตัวแปรตาม (Y) คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมก่อนการวิเคราะห์การถดถอย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ ได้แก่ ความเป็นปกติของข้อมูล (Normality) ความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน (Independence Of Errors) ความเป็นเส้นตรง (Linearity) ความแปรปรวนคงที่ (Homoscedasticity) และปัญหาความสัมพันธ์เชิงพหุ (Multicollinearity) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการนำไปวิเคราะห์ ด้วยเทคนิคการถดถอยพหุคูณ สมมติฐานการทดสอบในงานวิจัยนี้กำหนดไว้ ดังนี้
 - H1: การสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
 - H2: นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
 - H3: การตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
 - H4: การบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั้งหมด 5 ด้าน คือ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ระดับการศึกษา จังหวัดที่ตั้งของธุรกิจ และจำนวนห้องพักของโรงแรม ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage) ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 362)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม		
เจ้าของธุรกิจ	143	39.50
ผู้บริหาร	219	60.50



ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 362) (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	104	28.73
30 - 40 ปี	102	28.18
41 - 50 ปี	71	19.61
51 ปีขึ้นไป	85	23.48
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	103	28.45
ปริญญาตรี	170	46.96
สูงกว่าปริญญาตรี	89	24.59
จังหวัดที่ตั้งของธุรกิจ		
ชุมพร	27	7.46
สุราษฎร์ธานี	201	55.52
นครศรีธรรมราช	48	13.26
สงขลา	69	19.06
พัทลุง	17	4.70
จำนวนห้องพัก		
ต่ำกว่า 30 ห้อง	102	28.18
30 - 100 ห้อง	168	46.41
มากกว่า 100 ห้อง	92	25.41

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 362 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารโรงแรม (ร้อยละ 60.5) รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ (ร้อยละ 39.5) โดยมีอายุต่ำกว่า 30 ปี และช่วงอายุ 30 - 40 ปี ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 28.7 และ 28.2 ตามลำดับ) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47) สำหรับที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า อยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด (ร้อยละ 55.5) และขนาดโรงแรมส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพักระหว่าง 30 - 100 ห้อง (ร้อยละ 46.4) สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารโรงแรมขนาดกลางในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทุกตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ผลการดำเนินงาน	3.73	.614	มาก
การสนับสนุนจากภาครัฐ	3.70	.569	มาก
นวัตกรรม	3.63	.529	มาก
การตลาดดิจิทัล	3.69	.575	มาก
การบริหารความเสี่ยง	3.75	.586	มาก



จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทุกตัวแปรอยู่ในระดับ “มาก” โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การบริหารความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.586) รองลงมา คือ ผลการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.614) และการสนับสนุนจากภาครัฐ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.569) ขณะที่การตลาดดิจิทัล ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.575) และนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.529) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก” เช่นเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้งหมดในระดับสูง

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่	.205	.148		1.392	.165
การสนับสนุนจากภาครัฐ (X_1)	.376	.057	.349	6.662	.000*
นวัตกรรม (X_2)	.289	.069	.249	4.204	.000*
การตลาดดิจิทัล (X_3)	.048	.065	.045	.732	.465
การบริหารความเสี่ยง (X_4)	.241	.062	.230	3.894	.000*
R = 0.789; R ² = 0.623; R ² _{adj} = 0.619; F = 147.415					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย ปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐ ($\beta = .349$, t = 6.662) ปัจจัยนวัตกรรม ($\beta = .249$, t = 4.204) และปัจจัยการบริหารความเสี่ยง ($\beta = .230$, t = 3.894) โดย 3 ปัจจัย คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม และ การบริหารความเสี่ยง พบว่า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย แต่ปัจจัยการตลาดดิจิทัล ($\beta = .045$, t = .732) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายทะเลฝั่งอ่าวไทย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 โดยพบว่า การสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีทรัพยากร (RBV) ที่มองว่าทรัพยากรจากภายนอกองค์กร เช่น ข้อมูล กฎหมาย นโยบาย และเงินทุนจากภาครัฐสามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะในบริบทธุรกิจโรงแรมฝั่งอ่าวไทยซึ่งเผชิญความผันผวนตามฤดูกาลและปัจจัยภายนอก การได้รับข้อมูลและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนจากภาครัฐช่วยลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจ ส่งผลให้การวางแผนต้นทุน การให้บริการ และการตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น โรงแรมที่ได้รับการอบรม การให้ข้อมูลด้านกฎหมาย และแนวทางปฏิบัติจากหน่วยงานรัฐ มีความสามารถในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจ และสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้ดีขึ้น ขณะเดียวกัน มาตรการทางการเงิน เช่น เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำและเงินอุดหนุนในช่วงวิกฤต ช่วยลดข้อจำกัด



ด้านสภาพคล่อง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถคงการดำเนินงานและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสนับสนุนจากภาครัฐไม่ได้เพียงช่วยในระยะสั้น แต่ยังมีบทบาทต่อความสามารถในการอยู่รอดและการแข่งขันในระยะยาว สอดคล้องกับ Nakku, V. B. et al., Pu, G. et al. ในส่วนของ สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ โดยนวัตกรรมถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและยากต่อการลอกเลียนแบบ เช่น การสร้างบริการใหม่ การพัฒนากระบวนการให้ทันสมัย และการปรับโครงสร้างองค์กรให้รองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โรงแรมในพื้นที่มีการส่งเสริมให้พนักงานคิดนวัตกรรมบริการใหม่ และนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงบริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกแปลกใหม่และเกิดความประทับใจ อีกทั้งโครงสร้างองค์กรมีความยืดหยุ่น สามารถปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์หรือจำนวนลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่องในบริบทธุรกิจโรงแรมฝั่งอ่าวไทยซึ่งพึ่งพาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก นวัตกรรมช่วยสร้างความรู้สึกละเอียดอ่อนและความประทับใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อในเชิงบวก (Nakku, V. B. et al., 2020); (Pu, G. et al., 2021) สอดคล้องกับข้อค้นพบของการศึกษาที่ชี้ว่านวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ (Savitri, E. et al., 2021); (วรดิศ ธนภัทร, 2563) ผลการวิจัยไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 โดยพบว่า การตลาดดิจิทัลไม่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้จากบริบทธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ยังพึ่งพาช่องทางการขายผ่านบริษัททัวร์และแพลตฟอร์ม OTA เช่น Agoda, Booking.com และ Trip.com มากกว่าช่องทางโซเชียลมีเดียของโรงแรมเอง แม้ว่าการตลาดดิจิทัลจะช่วยสร้างการรับรู้และการเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง แต่เมื่อไม่ได้ถูกใช้เป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้โดยตรง จึงไม่ก่อให้เกิดผลเชิงรายได้หรือผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ กลไกดังกล่าวสะท้อนว่าการตลาดดิจิทัลในบริบทนี้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนมากกว่าปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับผลศึกษา Jardak, M. K. & Hamad, S. B. ที่ชี้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้ช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานในทุกมิติของธุรกิจเสมอไป (Jardak, M. K. & Hamad, S. B., 2022) และท้ายที่สุดสมมติฐานที่ 4 การบริหารความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในบริบทธุรกิจโรงแรมฝั่งอ่าวไทยซึ่งมีความผันผวนตามฤดูกาลท่องเที่ยว สภาพอากาศ และสถานการณ์ภายนอก การมีระบบควบคุมต้นทุน การติดตามหนี้ การสำรองเงินฉุกเฉิน และการวางแผนตลาดล่วงหน้า ช่วยลดความเสี่ยงด้านกระแสเงินสดและความไม่แน่นอนของรายได้ โดยการบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการจัดการทรัพยากรที่ช่วยให้โรงแรมสามารถรับมือความไม่แน่นอนในด้านการเงิน การตลาด และการดำเนินงาน โรงแรมมีระบบควบคุมและติดตามหนี้ การสร้างพันธมิตรธุรกิจนำเที่ยว การสำรองเงินฉุกเฉิน และการทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก่อนวางแผนการตลาด นอกจากนี้ยังมีการประเมินความเสี่ยง เช่น สภาพอากาศ การเมือง ค่าเงิน และออกแบบแผนรองรับ เช่น โปรโมชันช่วงเศรษฐกิจตกต่ำหรือ low season ซึ่งทำให้โรงแรมมีเสถียรภาพและอยู่รอดในระยะยาว (Al-Nimer, M. et al., 2021)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากภาครัฐ นวัตกรรม และการบริหารความเสี่ยงเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยการสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การบริหารความเสี่ยงและนวัตกรรม ขณะที่การตลาดดิจิทัลไม่พบอิทธิพล

โดยตรงต่อผลการดำเนินงาน เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่ยังพึ่งพาช่องทาง OTA และบริษัททัวร์เป็นหลัก โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 62.3 สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของปัจจัยทั้งสามต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในภูมิภาคนี้ จากผลการวิจัย สามารถนำไปใช้เชิงปฏิบัติ ได้ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการโรงแรมควรใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนของภาครัฐอย่างเต็มที่ ทั้งด้านการอบรม องค์ความรู้ กฎหมาย และแหล่งเงินทุน ควบคู่กับการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กรและการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความมั่นคง และความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ 2) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาโครงการอบรมด้านการบริหารจัดการโรงแรมสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง ขยายมาตรการสนับสนุนทางการเงินให้ครอบคลุมโรงแรมขนาดเล็กและขนาดกลาง และส่งเสริมความร่วมมือเชิงพื้นที่ในรูปแบบ cluster marketing ระหว่างจังหวัดในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของภูมิภาค และ 3) การวิจัยในอนาคตควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสานเพื่ออธิบายกลไกเชิงลึก ขยายพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคอื่น และศึกษาบทบาทของการตลาดดิจิทัลในเชิงลึกมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์ม OTA และการบูรณาการกับช่องทางออนไลน์ของโรงแรม

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). เปิดสถิติปี 2567 ต่างชาติเที่ยวไทย 35.54 ล้านคน ส่ง 10 อันดับเดินทางสูงสุด. เรียกใช้เมื่อ 17 มกราคม 2569 จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1160350?utm_source=chatgpt.com
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พ.ศ. 2566 - 2570. (2566). กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย แผนพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พ.ศ. 2566 - 2570. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2566 จาก https://drive.google.com/drive/folders/1V2EC8_hG0JpW8OJEu0vGiNYgKsOv7_PT
- วรดิศ ธนภัทร. (2563). แบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย. *Journal of Modern Management Science*, 13(1), 21-32.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). จำนวนผู้ประกอบการจำแนกตามจังหวัด. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2566 จาก <https://shorturl.asia/lflBb>
- Al-Nimer, M. et al. (2021). Risk management practices and firm performance with a mediating role of business model innovation. observations from Jordan. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(3), 1-20.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Chen, C. L. et al. (2021). Role Of Government to Enhance Digital Transformation in Small Service Business. *Sustainability*, 13(3), 1028. <https://doi.org/10.3390/su13031028>.
- Falahat, M. et al. (2021). Entrepreneurial, market, learning and networking orientations as determinants of business capability and international performance: the contingent role of government support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00738-y>.

- Goldman, S. P. et al. (2021). Strategic orientations and digital marketing tactics in cross-border e-commerce: Comparing developed and emerging markets. *International small business journal*, 39(4), 350-371.
- Hanggraeni, D. et al. (2019). The impact of internal, external and enterprise risk management on the performance of micro, small and medium enterprises. *Sustainability*, 11(7), 1-17.
- Hu, X. et al. (2020). Does Innovation Type Influence Firm Performance? A Dilemma of Star-Rated Hotels in Ghana. *Sustainability*, 12(23), 9912. <https://doi.org/10.3390/su12239912>.
- Jardak, M. K. & Hamad, S. B. (2022). The effect of digital transformation on firm performance: evidence from Swedish listed companies. *The Journal of Risk Finance*, 23(4), 329-348.
- Junusi, E. R. (2020). Digital marketing during the pandemic period; A study of islamic perspective. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 15-28.
- Kerdpitak, C. (2022). The effects of innovative management, digital marketing, service quality and supply chain management on performance in cultural tourism business. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 771-778.
- Kijkasiwat, P. & Phuensane, P. (2020). Innovation And Firm Performance: The Moderating and Mediating Roles of Firm Size and Small and Medium Enterprise Finance. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(5), 97. <https://doi.org/10.3390/jrfm13050097>.
- Nakku, V. B. et al. (2020). The interrelationship between SME government support programs, entrepreneurial orientation, and performance: A developing economy perspective. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 2-31.
- Pu, G. et al. (2021). Innovative Finance, Technological Adaptation and Smes Sustainability: The Mediating Role of Government Support During Covid-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(16), 9218. <https://doi.org/10.3390/su13169218>.
- Savitri, E. et al. (2021). Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance? *Management Science Letters*, 11(8), 2301-2312.
- Shad, M. K. & Lai, F. W. (2019). Enterprise Risk Management Implementation and Firm Performance: Evidence from the Malaysian Oil and Gas Industry. *International Journal of Business and Management*, 14(9), 47-53.
- Turulja, L. & Bajgoric, N. (2019). Innovation, firms' performance and environmental turbulence: is there a moderator or mediator? *European Journal of Innovation Management*, 22(1), 213-232.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.