



รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ5ดาวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19

5-Star Hotel Business Management Model in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province After the Covid-19 Pandemic

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์¹, ฉัตรวิไล รัตนเชื่อน², ณพิชา โรจนธนธร³, ณัฐกานต์ แก้วใส⁴ และ
พิมพ์วิภา สิทธีจันทร์⁵

Piyapong Katpiyarat¹, Chatwilai Rattanakhuean², Napicha Rojanthanatorn³,
Nattakarn Kaewsai⁴ and Pimwipha Sittichan⁵

E-mail address: katpiyarat@gmail.com

(Received: 2022-09-07; Revised: 2023-08-29; Accepted: 2023-11-29)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 386 คนและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร และกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 ท่าน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสรุปประเด็นการสัมภาษณ์และมีการอภิปรายผล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ค่าสถิติ KMO เท่ากับ 0.703 ค่าสถิติไคสแควร์เท่ากับ 13692.904 โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบสามารถสกัดปัจจัยได้ 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.250 – 8.279 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 51.74 ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านเส้นทางการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

¹ภาควิชาธุรกิจท่องเที่ยวและการบิน คณะอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

²⁻⁵สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

¹Department of Business Tourism and Aviation Faculty of Service Industry, Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

²⁻⁵Major in Hotel and Tourism Management Faculty of Liberal Art and Science, Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

4) ด้านกิจกรรมไฮไลต์ และ 5) ด้านที่พักและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการจัดทำการประชุมหาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการโดยเพิ่มจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 จัดการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยหลังสถานการณ์โควิด-19 องค์กรได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและศักยภาพของพนักงานที่มีต่อการทำงานในปัจจุบัน และมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เข้ามาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือการหารายได้เสริมให้กับองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไปโดยสรุป ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกัน โดยจะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจ เส้นทาง การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมไฮไลต์ และที่พักให้มีจุดเด่นเพิ่มมากขึ้นและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพักผ่อนและทำกิจกรรมไปพร้อมกันภายในโรงแรมได้

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรม; จังหวัดประจวบคีรีขันธ์; การระบาดของโรคโควิด 19



ABSTRACT

The research study entitled “the tourism model of 5-star hotel operators in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan province” aims to investigate (1) the tourism model and the exploratory factor analysis of tourism success of 5-star hotel operators after the COVID-19 pandemic in Hua Hin District, PrachuapkhiriKhan Province, and (2) guidelines to develop tourism patterns of Hua Hin District, Prachuapkhiri Khan Province. This research employed a mix-method design using a questionnaire to collect quantitative data from 386 five-star hotel guests, together with documentation and in-depth interviews for qualitative data from key informants including 6 hotel executives in Hua Hin District, Prachuapkhiri Khan Province. The qualitative data were analyzed and discussed through content analysis.

The quantitative results showed that Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) was 0.703 and Chi-Square (χ^2) was 13692.904. The findings revealed 5 elements, all of which had a range of values of Eigenvalue between 1.250-8.279 and had cumulative variance of 51.74 percent. The 5 elements found were 1) attractions, 2) accessibility, 3) amenities, 4) highlight activities, and 5) accommodation. The qualitative revealed that the hotels had meetings to discuss ways to improve their service in order to attract more tourists to return after the COVID-19, provided trainings for employees to increase safety measures after the COVID-19, studied the employees' attitudes and potential towards their current work, provided more facilities to attract tourists, and sought for additional income. Thus, the qualitative and quantitative results were in congruence, placing an emphasis on improving and creating attractions, accessibility, facilities, highlighted activities, and the hotel environment and conditions that is encouraging for both relaxation and recreation at the same time.

Keywords : 5-star hotel business management model; Prachuap Khiri Khan Province; Covid-19 pandemic

การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวางแผนชะลอหรือยกเลิกการเดินทาง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวตามคำสั่งของรัฐบาลจีน และอีกทั้งประเทศไทยยังไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศได้ เพราะสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในต่างประเทศยังไม่ดีขึ้น ทำให้ขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังจากเกิดการแพร่ระบาดทำให้ธุรกิจโรงแรมในปี 2563 หดตัวแรงโดยได้รับผลกระทบสำคัญจากทั้งเศรษฐกิจและการค้าโลกที่หดตัวและยังถูกซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยออกมาตรการปิดเมือง-ปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดจนทำให้เกิดการหยุดชะงักอย่างฉับพลันของเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน รายได้และการดำเนินชีวิตของประชาชนเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อนหรือยกเลิกแผนการเดินทางทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขาดรายได้อย่างฉับพลันและส่งผลกระทบต่อภาพรวมของธุรกิจหดตัวรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ซึ่งผู้ประกอบการบางรายที่ทนแบกรับภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินไม่ไหวจำเป็นต้องยุติการดำเนินธุรกิจและประกาศขายกิจการ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563; สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

อำเภอหัวหิน ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นชุมชนเมืองชายทะเลที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันมาอย่างยาวนานนับร้อยปี ในปัจจุบันยังคงเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นที่ตั้งของพระราชวังไกลกังวล ศูนย์ราชการอำเภอหรือที่ว่าการอำเภอ ย่านธุรกิจประจำอำเภอหัวหิน และเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่สามารถเที่ยวได้ใน 1 วัน และอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 196 กิโลเมตร เนื่องจากอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้เทศบาลเมืองหัวหินยังเป็นเทศบาลที่มีประชากรมากที่สุดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และในภาคตะวันตกของประเทศไทย แต่อัตราการยกเลิกหรือเลื่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของโรคโควิด 19 ยังมีจำนวนมากโดยเฉพาะในกลุ่มโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักค่อนข้างสูง ทำให้การตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมประเภทดังกล่าวมีจำนวนน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวหลังการระบาดของโรคโควิด 19 จะพิจารณาความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับสิ่งที่ได้รับเมื่อตัดสินใจเข้าพัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มโรงแรม 5 ดาว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเพื่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ และการรับรู้ถึงคุณค่าในการเข้ารับบริการ



จากความสำเร็จและที่มาของปัญหา คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับโรงแรมที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเริ่มศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปริมาณก่อน และตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาความสอดคล้องกันและนำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งไม่มีการบันทึกจำนวนไว้อย่างชัดเจนโดยคำนวณจากสูตร W.G.Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง
 P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
 Z แทน ความเชื่อมั่นในงานวิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95 % หรือผิดพลาด 5 %)
 e แทน สัดส่วนในการคลาดเคลื่อน (0.05) ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่า

$$\begin{aligned} N &= \frac{0.50 (1-0.50) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025} \\ &= \frac{0.96}{0.0025} \\ &= 386 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 386 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในงานวิจัยนี้ได้พัฒนาแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ถูกสร้างและพัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยว จำนวน 15 ข้อ ซึ่งลักษณะคำถามมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด นั่นคือ ระดับมากที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน และระดับน้อยที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ให้ค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC ซึ่งในงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.50 (สมบุรณ์ สุริยวงศ์ และ คณะ, 2552) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.948-0.956 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994)



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามโดยการส่งแบบสอบถามให้โรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 แห่ง เพื่อเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวหลังจากสิ้นสุดการเข้าพักที่โรงแรม โดยการเก็บข้อมูลโดยบังเอิญและได้รับความยินยอมจากนักท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 180 วัน และได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมา จำนวนทั้งสิ้น 386 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นอัตราตอบกลับในเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 (Aaker, Kumar and Day, 2001)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Principal Component Analysis (PCA) และทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Varimax Orthogonal Rotation) และทำการแปลผลจากค่าสถิติที่ได้เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สักระยะโดยพิจารณาจัดกลุ่มตามการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพคณะผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติอันประกอบไปด้วย 1) การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) 2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) 3) การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ได้ดำเนินการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 รวมทั้ง ข้อมูลทางวิชาการที่จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ต่างๆ

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม 5 ดาว จำนวน 6 ท่านโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว และสร้างเครื่องมือในการศึกษาผลการจัดการรูปแบบดังต่อไปนี้

แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) จำนวน 5 ข้อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับคืนมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบของความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัย พบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์ - ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.703 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.500 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ มีความเหมาะสม สามารถนำไปดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อีกทั้ง ค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 13692.904 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมทริกซ์สหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (สุกมาส อังศุโชติ และคณะ, 2552) และได้ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis : PC) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบและพบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบมีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.250 – 8.279 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 51.74



ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax Method)

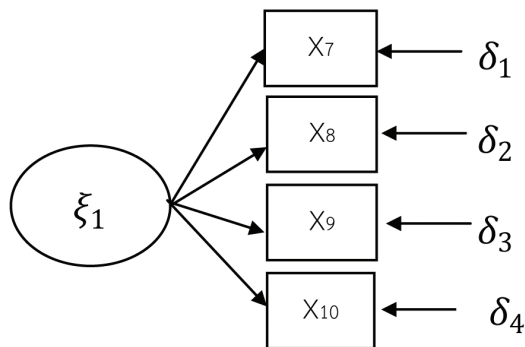
ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
1. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่ท่านพักมีความน่าสนใจ และแตกต่างจากที่อื่น ๆ (X1)	.144	.960	.088	.176	.085
2. ท่านเห็นว่าทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรมที่พักมีสิ่งดึงดูดทำให้ใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนในโรงแรมมากขึ้น (X2)	.168	.949	.091	.151	.098
3. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่พักมีความหรูหรา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกของท่านอย่างเพียงพอ (X3)	.151	.952	.093	.179	.077
4. ท่านเห็นป้ายบอกทางเข้าสู่โรงแรมอยู่ตลอดเวลา (X4)	.275	.206	.129	.887	.220
5. ท่านสามารถใช้ google map นำทางไปยังโรงแรมได้ตามที่ปักหมุดไว้ (X5)	.300	.215	.141	.877	.217
6. ท่านเห็นว่าการเดินทางไปยังโรงแรมมีบริการขนส่งสาธารณะที่หลากหลายให้ท่านเลือกใช้ บริการ (X6)	.255	.183	.112	.903	.207
7. ท่านเห็นว่าโรงแรมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ท่านใช้ในห้องพักอย่างเพียงพอ (X7)	.890	.161	.131	.254	.228
8. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดบริการนวดผ่อนคลายและสถานที่ออกกำลังกายให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ (X8)	.868	.159	.155	.192	.252

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิเมกซ์ (Varimax Method) (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
9. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย และบริการที่จอดรถฟรีให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน (X9)	.912	.154	.140	.242	.242
10. ท่านเห็นว่าโรงแรมให้บริการอาหารให้เลือกที่หลากหลายและจัดโซนรับประทานอาหารที่มีทัศนียภาพสวยงาม (X10)	.894	.137	.120	.227	.213
11. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อเป็นกิจกรรมสันทนาการให้กับนักท่องเที่ยว (X11)	.291	.098	.194	.220	.884
12. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการออกแบบสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวใช้สำหรับถ่ายรูปบันทึกความทรงจำ (X12)	.244	.102	.185	.199	.889
13. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดกิจกรรมในแพนเพลททางโซเชี่ยลมีเดียให้นักท่องเที่ยวร่วมสนุก และลุ้นรับของรางวัลจากโรงแรมอยู่เสมอ (X13)	.297	.093	.203	.211	.885
14. ท่านเห็นว่าการตกแต่งห้องพักของโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความหรูหรา (X14)	.128	.088	.945	.119	.155
15. ท่านเห็นว่าการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยในห้องพักมีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ (X15)	.141	.099	.923	.089	.187
16. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดวางตำแหน่งห้องพักให้เชื่อมโยงกับโซนกิจกรรมอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายในการออกไปทำกิจกรรมนอกห้องพัก (X16)	.139	.082	.961	.116	.152

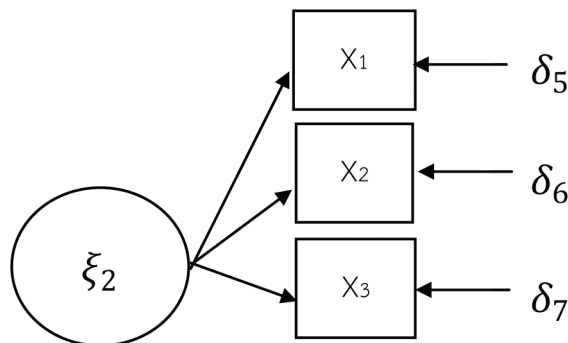


ตารางที่ 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบสอบถามความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ 5 องค์ประกอบได้ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 7 ข้อ 8 ข้อ 9 และ ข้อ 10 มีค่าไอเกนเท่ากับ 8.279 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.868 – 0.912 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมการสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวก จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ξ_1) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 1



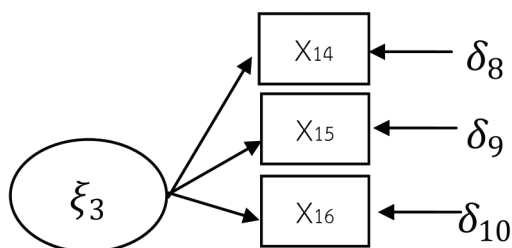
ภาพที่ 1 องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบที่ 2 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.369 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.949 – 0.960 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างสิ่งดึงดูดใจ จึงเรียกชื่อ องค์ประกอบนี้ว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ξ_2) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 2



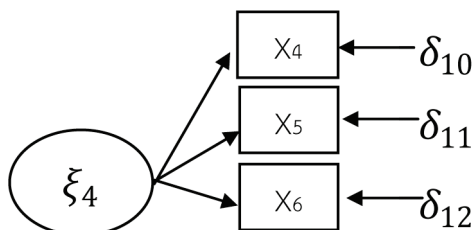
ภาพที่ 2 องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ

องค์ประกอบที่ 3 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 14 ข้อ 15 และ ข้อ 16 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.089 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.923 – 0.961 ซึ่งเป็นกิจกรรม ในการสร้างบรรยากาศในห้องพัก จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านที่พัก (ξ_3) สรุปเป็น ภาพได้ ดังภาพที่ 3



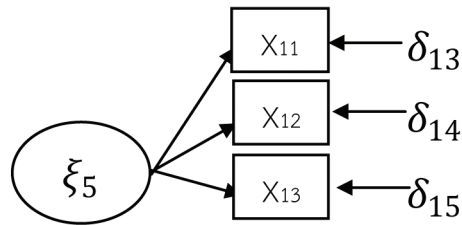
ภาพที่ 3 องค์ประกอบด้านที่พัก

องค์ประกอบที่ 4 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 4 ข้อ 5 และ ข้อ 6 มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.364 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.877 – 0.903 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยว กับกิจกรรมการกำหนดเส้นทางและการบอกเส้นทางเพื่อให้เข้าถึงโรงแรมได้ง่ายและสะดวก ขึ้น จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่าด้านเส้นทางการเข้าถึง (ξ_4) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 องค์ประกอบด้านเส้นทางการเข้าถึง

องค์ประกอบที่ 5 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 11 ข้อ 12 และ ข้อ 13 มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.250 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.884 – 0.889 ข้อคำถาม เกี่ยวกับการสร้างสรรค์กิจกรรมภายในโรงแรม จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่าด้านกิจกรรม ไฮไลต์ (ξ_5) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 องค์ประกอบด้านกิจกรรมไฮไลท์

ผลการวิจัยเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (5A's)

โรงแรม	การสนทนา
โรงแรมที่ 1	1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ ที่พักติดทะเลที่ครบจบในที่เดียว แตกต่างจากที่พักแห่งอื่นๆ ทั่วไป คือ ดีไซน์สวยเก๋ที่มีความละเมียดละไมแบบไทยๆ อย่างการใช้ไม้ฉลุเป็นลวดลายอ่อนช้อย ผสานเข้ากับความทันสมัยสไตล์โมเดิร์นได้อย่างลงตัว จุดเด่นอีกอย่างของเคบินทรา หัวหิน คือห้องพักแบบสวีททุกห้องที่นี่ จะมาพร้อมกับสระว่ายน้ำส่วนตัว ทั้งบรรยากาศที่ดี มีร้านอาหาร และโซนบาร์ภายในที่พัก ทุกๆโซนเต็มไปด้วยบรรยากาศที่ดีมาก มีทั้งวิวภูเขา วิวทะเล อีกทั้งยังสามารถลงมาเดินเล่นบนชายหาดห่างจากสถานีรถไฟหัวหิน 10 นาทีหากเดินทางโดยรถยนต์ให้บริการที่พักริมชายหาด อันหรรษา พร้อมสปาและศูนย์ออกกำลังกายอยู่ห่างจากตลาดฉัตรไชยซึ่งเป็นตลาดโต้รุ่งของหัวหินใช้เวลาเดิน 15 นาที วัดหัวหินและวิลล่า มาร์เก็ตต่างอยู่ห่างจากโรงแรมใช้เวลาเดินไม่นานบรรยากาศภายในโรงแรมตอนกลางคืนมีการประดับไฟเพื่อสร้างบรรยากาศรอบ ๆ โรงแรม 2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง พบว่าเข้าถึงได้ง่าย เพราะอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน มีป้ายบอกตลอดทาง และมี Google map สามารถนำทางไปได้อย่างสะดวก และนักท่องเที่ยวที่สนใจมาใช้บริการที่โรงแรมนี้สามารถเดินทางจากสนามบินไปมา ได้อย่างสะดวกง่ายดาย และยังสามารถจองบริการไปรับที่สนามบินได้ล่วงหน้า โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม คือ 5,500 บาท 3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก มีห้องพักที่ทันสมัยแต่ละห้องมีสระว่ายน้ำส่วนตัว ทุกห้องมีโทรทัศน์จอแอลซีดีขนาด 32 นิ้ว และมีมินิบาร์ ผู้เข้าพักสามารถรับบริการนวด

แผนไทยและทริทเมนต์สปา นอกจากนี้ ยังมีบริการที่จอดรถฟรีและบริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) อีกด้วย ห้องอาหารของโรงแรมให้บริการอาหารท้องถิ่นและอาหารทะเล On the Rocks Bar ให้บริการเครื่องดื่มพร้อมทิวทัศน์ตระการตาของอ่าวไทย

4) Activities กิจกรรม

กิจกรรมไฮไลท์ “Moonlight Cinema” เพลิดเพลินไปกับการฉายภาพยนตร์คลาสสิกในบรรยากาศริมสระน้ำ จัดโปรแกรมฉายหนังทุกพฤหัสบดีแรกของเดือนเป็นประจำ ตั้งแต่ช่วง 1 ทุ่มเป็นต้นไป มีบริการจัดดินเนอร์

5) Accommodation ที่พัก

ภายในที่พักประกอบไปด้วย 1). ห้องพักแบบ SKY POOL SUITE เป็นหนึ่งในห้องสวีทที่ดีที่สุดในหัวหิน แต่ละห้องมีสระว่ายน้ำส่วนตัวให้ผู้เข้าพักได้พักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัวพร้อมพื้นที่กว้างขวาง 2). DELUXE SKY POOL SUITE ออกแบบมาเพื่อแสดงคุณสมบัติพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ สระว่ายน้ำส่วนตัวเชื่อมต่อโดยตรงกับห้องน้ำทำให้แขกสามารถเข้าถึงสระว่ายน้ำได้โดยไม่ต้องผ่านห้องนอน ระเบียงขนาดใหญ่ช่วยให้มีพื้นที่สูงสุดสำหรับการพักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัวในที่โล่ง 3). GARDEN POOL SUITE มีสระว่ายน้ำส่วนตัวและสวนที่ให้แขกได้ดื่มในบรรยากาศแปลกใหม่ครอบครัวที่มีเด็กเล็กสามารถใช้พื้นที่สวน 4). MOONLIGHT POOL SUITE ให้บริการห้องพักกว้างขวางบนสองชั้นพร้อมดาดฟ้าเสริมบนชั้นสองเพื่อให้ผู้เข้าพักได้รับแสงแดดในเขตร้อน 5). FAMILY POOL SUITE ห้องแฟมิลี่พูลสวีทเดี่ยวของเคปนิทรา ตั้งอยู่บนชั้น 2 ผสมผสานคุณสมบัติของห้องดีลักซ์สกายพูลสวีทกับดีลักซ์จางูซซี่สวีทเพื่อนำเสนอห้องสวีทสุดหรูแบบสองห้องนอนสำหรับครอบครัว สระว่ายน้ำส่วนตัวเชื่อมต่อโดยตรงกับห้องน้ำหลัก ในขณะที่มีอ่างจากุซซี่ในห้องน้ำห้องที่สอง 6). NIDHRAROM SUITE ซึ่งเป็นเรือธงของโรงแรมมีห้องนอนโอ่อ่าพื้นที่ใช้สอยกว้างขวางสิ่งอำนวยความสะดวกสองห้องและสระว่ายน้ำส่วนตัวยาว

โรงแรมที่ 2

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมต้นแบบของโรงแรมในแบรนด์ที่ได้ทำการ Rebranding ปรับโฉมใหม่ในลุคที่ทันสมัยขึ้น ด้วยธีม “Colours & Rhythms of Modern Asia” ที่สร้างสีสันและภาพลักษณ์ใหม่ลือลั่นได้แก่ในธีมสีฟ้าขาว เข้ากับบรรยากาศความเป็นเมืองพักผ่อนชายทะเลของหัวหิน



2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

การเข้าถึงง่ายมาก เพราะตั้งอยู่ใจกลางหัวหิน อยู่ใกล้กับตลาดกลางคืนแถมมารีน, ซิเคด้า มาร์เก็ต และศูนย์การค้า บลูพอร์ต หัวหิน อยู่ห่างจากโรงแรมไปไม่เกิน 2 กม.

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ตั้งแต่มาถึงโรงแรมก็มีพนักงานนำ Welcome Drink มาต้อนรับ เป็นน้ำมะตูมดื่มแล้วหอมหวานเย็น มี“คอรัล เลาจน์” ที่อยู่ติดกันกับบริเวณล็อบบี้ เพราะที่นี่ตกแต่งในสไตล์โคโลเนียลที่มีสีสัน โดยรับแรงบันดาลใจมาจากพระราชวังฤดูร้อนและบ้านพักตากอากาศในยุคก่อน ทั้งเฟอร์นิเจอร์โต๊ะไม้สักแบบโบราณ แก้วห้วย และประติมากรรมไม้ทาสีแบบคลาสสิก ตัดกับโคมไฟปะการังสีแดงสด และห้องอาหาร “ซอร์ไลน์ ปิซ คลับ” เป็นห้องอาหารริมทะเลภายในโรงแรม อมารี หัวหิน และผู้เข้าพักสามารถผ่อนคลายไปกับสปาที่ Breeze Spa ในโรงแรมได้ บริการต่าง ๆ ได้แก่ ทรีทเมนต์ดูแลผิวหน้า สครับขัดผิว และทรีทเมนต์ดูแลผิว สปาให้บริการ บำบัดที่หลากหลาย อาทิ เช่น อโรมาเธอราพี สปาเปิดทุกวัน

4) Activities กิจกรรม

ที่นี่เหมาะมากสำหรับการมาแบบครอบครัว หรือพาลูกมาเที่ยว เพราะใกล้กับสวนน้ำวานา นาวา, สวนน้ำแบล็คเม้าท์เทน, Hua Hin Zoo และไปเพลิดเพลินกับกิจกรรมได้ที่ ทรู อาร์น่า กิจกรรมเอาต์ดอร์อย่างการขี่ม้า

5) Accommodation ที่พัก

เป็นโรงแรมที่เหมาะสมกับการมาพักผ่อนแบบครอบครัว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นด้านห้องพักที่หรูหราตอบโจทย์กับผู้ที่มาเข้าพัก มีกิจกรรมสำหรับเด็ก และบรรยากาศรอบ ๆ โรงแรมที่ดีและปลอดภัย และยังเป็นโรงแรมที่สะอาดได้มาตรฐาน SHA

โรงแรมที่ 3

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมเปิดใหม่ล่าสุดในเชิงอ่าวหัวหิน-ชะอำพื้นที่ที่แตกต่างกันภายในโรงแรมได้อย่างน่าสนใจเริ่มต้นตั้งแต่บริเวณล็อบบี้ของโรงแรม พื้นที่ส่วนนี้ออกแบบให้เป็นป่าอยู่ภายในกรอบแก้วขนาดยักษ์คล้ายเทอร์ราเรียม นำพาสู่บริเวณสระว่ายน้ำที่ใช้คอนเซ็ปต์ของ Lagoon หรือเวียงน้ำ ซึ่งมีภูเขาคืออาคารที่พักรายล้อม เมื่อผ่านเข้าสู่บริเวณ Beach Front จะสามารถเดินออกไปสู่พื้นที่ส่วนตัวในโซนวิลล่าได้ ในส่วนนี้ได้ออกแบบให้เป็นเหมือนกับโอเอซิสที่มีพื้นที่ริมทะเลแบบส่วนตัว

พร้อมสรว่ายแบบพูลวิลล่า การเปลี่ยนผ่านพื้นที่เหล่านี้เป็นเหมือน การได้เดินทางไปในบริบทของเมืองเพชรบุรีที่รุ่มรวยไปด้วยธรรมชาติ ทั้งภูเขาและทะเลที่สวยงามความพิเศษ คือความตั้งใจที่จะพัฒนา ความยั่งยืนทั้งในแง่ของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ใน ส่วนของสิ่งแวดล้อมนั้น ทางโรงแรมมีการเลือกใช้วัสดุที่ย่อยสลายง่าย การทำฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และนำวัตถุดิบที่ได้มาใช้ในเมนูต่าง ๆ ของ โรงแรม รวมทั้งยังมีความตั้งใจดึงเอาวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ผักผลไม้ ตามฤดูกาล หรืออาหารพื้นถิ่นมาประยุกต์

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักการเข้าถึงจึงง่าย เหมาะมากสำหรับนัก ท่องเที่ยวที่อยากพักผ่อนในวันเสาร์ อาทิตย์ หรือไม่มีเวลาว่างมาก เส้นทางมาโรงแรมก็สะดวก มีป้ายบอกตลอดทาง

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

มี welcome drink และผ้าเย็นมาให้ ในส่วนของเครื่องดื่มน่าจะเป็น น้ำตะไคร้ใบเตยมะนาว พอดีไม่ได้ถามทางโรงแรมไว้ แต่รสชาติสดชื่น มาก และมีกลิ่นตะไคร้อ่อน ๆ นอกจากการตกแต่งที่สวยงาม หู สะอาด ตาแล้ว ผลิตภัณฑ์อาบน้ำทางโรงแรมใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ panpuri เป็นกลิ่นตะไคร้ หอม ผ่อนคลาย

4) Activities กิจกรรม

ในตัวโรงแรมถูกออกแบบมาเหมาะกับคนสมัยใหม่มาก ทุกบริเวณใน โรงแรมสามารถถ่ายรูปโพสต์ลงโซเชียลได้อย่างเก๋ ๆ

5) Accommodation ที่พัก

ห้องพักของที่นี่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ โซน Rooms & Suites 84 ห้อง และ Pool Villa 13 วิลล่า โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท ไปจนถึง 20,000 บาท/ห้อง/คืน ห้องแบบ Sky Beachfront เป็นห้อง ที่จะได้เห็นวิวทะเลไทยแบบเต็มตาตั้งแต่พื้นจรดเพดานห้องพักแบบ Deluxe Seaview วิวสระน้ำและทะเลมาพร้อมระเบียงขนาดปาน กลาง ชั้นสาม ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมาก ๆ ขนาดห้อง ประมาณ 46 - 50 ตร.ม. ภายในห้องตกแต่งด้วยวัสดุที่หลากหลาย ทั้งไม้ ปูน หิน เหล็ก หวาย และผ้า โดดเด่นหัวเตียงทรง Arch โค้ง ห้องต่อมาเป็นห้อง Deluxe Beachfront มีวิวทะเลส่วนตัว มาพร้อม กับ Out-door Bathtub บนระเบียงขนาดใหญ่ พร้อมที่นั่งพักผ่อน ตั้งอยู่บนชั้นสอง ขนาดห้องประมาณ 50 ตร.ม. ซึ่งถือว่ากว้างมาก ๆ โดยในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามมาตรฐานโรงแรม



5 ดาวห้อง Pool Villa Beachfront มีวิวทะเล มาพร้อมกับสระว่ายน้ำส่วนตัว มีอ่างอาบน้ำ ขนาดห้องประมาณ 90-120 ตร.ม. เราว่าห้องนี้ มีเป็นส่วนตัวและใหญ่สุด ๆ

โรงแรมที่ 4

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงมากกว่า 50 ปี ที่เป็นโรงแรมที่พรั่งพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน การันตีถึงความสะอาดสบาย หรรษา อยู่ติดหาด มีสระว่ายน้ำกว้างใหญ่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

การเดินทางไม่ยาก ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 2 ชั่วโมงกว่า สามารถนำรถยนต์ส่วนตัวไปเองได้ มีที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาเข้าพัก หรือจะเช่ารถตุ๊กตุ๊กโดยสารประจำทางก็สามารถเข้าถึงได้

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ดุสิตธานี หัวหิน เป็นโรงแรมที่ผสมผสานความหรูหราเข้ากับชายหาดได้อย่างกลมกลืน พื้นที่อันกว้างขวางของโรงแรม ประกอบด้วยทะเลสาบอันงดงาม สระบัว สวนเขตร้อน สระว่ายน้ำที่สวยงามสองสระ และบริการเพื่อการผ่อนคลายและดูแลสุขภาพอีกมากมาย หากต้องการพักผ่อน เรามีห้องอาหารที่หลากหลายและตัวเลือกความบันเทิงมากมายให้เลือกสรร รวมทั้งทิวทัศน์สปาอันเงียบสงบด้วย

4) Activities กิจกรรม

มีกิจกรรมกีฬาชายหาดมากมายให้ผู้เข้าพักได้ทำกิจกรรม และยังมีส่วนกีฬาท่างน้ำ สนามเทนนิส สควอช และแบดมินตันอีกด้วย

5) Accommodation ที่พัก

ผ่อนคลายในห้องพักหรือห้องสวีทที่ตกแต่งเป็นอย่างดีและมีให้เลือกสรรถึง 296 ห้อง ทุกห้องมีระเบียงหรือชานบ้านส่วนตัวและตกแต่งอย่างมีรสนิยมในสไตล์ไทยอันหรูหราวิจิตร เช็คอินเวลา 15.00 น. และเช็คเอาท์เวลา 12.00 น. มีห้องพักจำนวน 296 ห้องถูกตกแต่งให้อำนวยความสะดวกสบาย พร้อมความหรูหรา สวยงามทุกห้องมีระเบียงให้ออกมารับลม สูดกลิ่นสดชื่นของอายทะเล และชมทัศนียภาพสีฟ้าสดใส ของท้องฟ้าและท้องทะเล พร้อมรับแสงแดด แรกยามรุ่งอรุณของวันใหม่และความงดงามยามอาทิตย์อัสดงห้องพักแต่ละห้องเป็นห้องแอร์ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมากมาย เริ่มจากห้องน้ำ ที่กว้างใหญ่และสะอาด แยกห้องอาบน้ำฝักบัวออกจากอ่างอาบน้ำ อย่างเป็นสัดส่วน ตู้นํ้าร้อนในห้องพัก ตู้เป่าผมถูกเตรียมไว้ทุกห้อง ตู้เย็นพร้อมมินิบาร์ โทรศัพท์ที่โต๊ะหัวเตียง

และอีกเครื่องหนึ่งในห้องน้ำ เพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ระบบไฟฟ้าแสง 3 สว่าง โทรศัพท์และแอร์ควบคุมด้วยระบบรีโมทสะดวกสบาย

โรงแรมที่ 5

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นรีสอร์ทริมทะเลที่สร้างมาเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง จุดเด่นของรีสอร์ท คือ บ้านพักสไตล์วิลล่าเหมาะกับคนไม่ชอบปะปนกับคนเยอะ ๆ อยากได้ห้องกว้าง ๆ ส่วนตัว ๆ ไม่ต้องแชร์ผนังห้องกับใคร

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

สามารถเดินทางจากสนามบินไปยัง คอร์รัลทรี วิลลา หัวหิน ได้อย่างสะดวกง่ายดาย และยังสามารถจองบริการไปรับที่สนามบินได้ล่วงหน้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

เวลามา Check-in เข้าที่พัก ให้เราขับรถมาจอดที่ลานจอดรถด้านหน้า จากนั้นพนักงานจะขับรถกอล์ฟมารับเราที่รถเพื่อรับสัมภาระ จากนั้นไปจอดรถตรง Reception House ให้ลงทะเบียน + รับ Keycard จากนั้นก็พาไปส่งที่ห้องพักเลย เวลาจะ Check-out ก็แค่ใช้โทรศัพท์ในห้องกดเบอร์ 0 เรียกพนักงานขับรถกอล์ฟมารับ จากนั้นเค้าก็จะพาไปคืน Keycard ชำระค่าห้องพัก แล้วก็พาเราไปส่งที่รถเลย สะดวกสบาย Previlage มากมีสระว่ายน้ำหลักจะอยู่ติดริมหาด เป็นสระว่ายน้ำที่สีสดใส สะดุดตาแต่ไกลด้วยโทนสีส้ม, เทียว, น้ำเงิน รอบๆ สระรายล้อมด้วยต้นลีลาวดี โดยมี Pool Bed และ Day Bed วางกระจายอยู่รอบสระไว้ให้บริการกับแขกของรีสอร์ทห้องอาหารหลักเรียกว่าเป็นจุดขายของรีสอร์ท หลายเมนูเป็นเมนูโบราณที่หาทานยากมาก

4) Activities กิจกรรม

มีกิจกรรมจากทางเพจ ให้ประกวดตั้งชื่อพีธีประจำร้าน Neemtreeshaibistro ลุ้นรับของรางวัลจากทางโรงแรม

5) Accommodation ที่พัก

บ้านพักของรีสอร์ทจะถูกแบ่งเป็น 5 โซน ตามแต่ละชนิดของบ้านพัก ซึ่งได้แก่ 1). Deluxe Garden Villa (วิลล่าวิวสวน พื้นที่ 40 ตร.ม.) 2). Premier Sea View Villa (วิลล่าวิวทะเล พื้นที่ 40 ตร.ม.) 3). Pool Villa (วิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว พื้นที่ 80 ตร.ม.) 4). 2 Bedroom Villa (วิลล่า 2 หลังเชื่อมกัน พร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว



พื้นที่ 160 ตร.ม.) 5). Seafront Grand Villa (วิลล่าหรูริมทะเล มีสระและศาลาสวนตัว พื้นที่ 90 ตร.ม.) บ้านพักทุกหลังมีระเบียงของตัวเอง ภายในตกแต่งธีม Western Industrial ที่ใช้งานไม้และงานเหล็กมาตกแต่งห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกก็มีมาแบบครบครัน ทั้ง TV ตู้เย็น ตู้

โรงแรมที่ 6

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

รีสอร์ทเปิดใหม่ที่หัวหิน แบบว่า ดีไซน์เค้าเก๋มาก แนวคิดและคอนเซ็ปต์ที่ไม่ซ้ำใคร และยังไม่มีใครเหมือน อยู่แถวเขาตะเกียบนี่เอง มีเพียงแค่ 14 ห้องเท่านั้น มี 7 room type เป็นรีสอร์ทติดทะเลบรรยากาศดีด้วย ห้องน้อยแบบนี้เชื่อเถอะว่า คนไม่พลุกพล่าน เหมาะกับการพักผ่อน มาเช็คอินถ่ายรูป ที่นี่ได้รับแรงบันดาลใจ จากหอยนอตilus ผสมผสานกับเมืองซานตาเฟ ย่อส่วนเป็นโลกใต้ทะเล จนเป็นไอเดียสร้าง รีสอร์ทแห่งนี้ขึ้นมา ดีไซน์ห้องพักสวยโดดเด่นในแต่ละแบบยังไม่พอ และมีไฮไลท์มีบ่อออนเซ็นแบบญี่ปุ่นแบบเปิด แห่งแรกและแห่งเดียวในหัวหิน

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

เดินทางสะดวกของกินรายทางอร่อยด้วยต้องจอดแวะตลอด ปัก หมุดที่พักกันไว้ที่ กูณดาลา หัวหิน พิกัดปักไว้ใน google map ถูกต้องแล้วค่า ขับจากกรุงเทพฯ ตามพิกัดมาได้เลย รวด ๆ เกือบ 3 ชั่วโมง เลี้ยวตัวเมืองหัวหินมาอีกแถวเขาตะเกียบ มีป้ายโลโก้ชื่อรีสอร์ทแจ้งไว้ชัดเจน

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ที่นี่สามารถเช็คอินด้วยบัตรประชาชนเพียงใบเดียวได้เลย โดยพื้นที่ กูณดาลา หัวหิน จะมีส่วนของอาคาร และเป็นพื้นที่ในส่วนของวิลล่า ด้านหน้าเป็นพื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อมริมทะเล และสระว่ายน้ำส่วนกลาง และร้านอาหาร

4) Activities กิจกรรม

มีบ่อออนเซ็นแบบญี่ปุ่นแบบเปิด มีทั้งบ่อน้ำอุ่นอยู่ด้านในและบ่อน้ำเย็นอยู่รอบ ๆ ด้านนอก หากเข้าพักห้องวิลล่าเปิดประตูหลังห้องสามารถเดินลงแช่ออนเซ็นได้เลย

5) Accommodation ที่พัก

ห้องพักแบบวิลล่าเป็นทรงกลม มีดีไซน์การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ได้อย่างลงตัวและเข้ามุกกันมาก ไม่ว่าจะเป็นชุดเครื่องนอน

เลือกใช้เครื่องนอนคุณภาพดี ภายในห้องพักมี Welcome Fruit มาใช้แบบขนาดใหญ่ ภายในห้องน้ำดีไซน์เก๋ แต่งด้วยโทนสีขาว ๆ สว่าง ๆ มีเครื่องใช้อำนวยความสะดวกครบครัน ในส่วน ของโซนเปียกฝั่งอาบน้ำด้านบนก็เป็นกระจกใสเปิดให้แสงเข้ามายังทำให้ในห้องน้ำดูโล่งกว้างสว่างเพิ่มขึ้น เปิดประตูหลังห้องออกมาเจอบ่อออนเซ็น

ตารางที่ 3 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการรูปแบบโรงแรม

โรงแรม	การสนทนา
โรงแรมที่ 1	- เป็นโรงแรมใหม่ล่าสุดในเครือเคปโอเทล คอลเลกชัน ซึ่งประกอบไปด้วย มีการบริหารงานโดยเครือเกษมกิจ บริษัทของคนไทย ผู้ซึ่งมีประสบการณ์ในการบริหารงานโรงแรม และเซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์มายาวนาน เป็นโรงแรมขนาดกลาง ระดับ 5 ดาว มีความหรูหรา ที่มีจุดเด่นในเรื่องของการตกแต่ง ออกแบบโรงแรมที่สวยงาม มีสระว่ายน้ำส่วนตัวทุกห้อง ประกอบกับการบริการที่ดีเลิศ จากการใช้ความชำนาญในวงการธุรกิจโรงแรมมายาวนานเป็นโรงแรมของคนไทยที่มีมาตรฐานการให้บริการและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จะต้องให้ความสำคัญกับแผนการตลาดอย่างมากและมีการเตรียมแผนสำรองไว้เสมอ รวมถึงในช่วงโควิด-19 นี้ด้วย ทางโรงแรมมีการให้บริการเสริมมากมาย เช่น การบริการอาหาร การบริการเดลิเวอรี่ เป็นต้น
โรงแรมที่ 2	- ได้รับการออกแบบอย่างพิถีพิถัน พร้อมเพิ่มมนต์เสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์จากงานฝีมือไทยอันทันสมัยในทุกพื้นที่ และมีห้องพักที่กว้างขวาง พร้อมการตกแต่งอย่างดี สีสันสะอาดตา พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และมีการรองรับลูกค้าทุกรูปแบบ โรงแรมมีการบริการแบบครบวงจร มีนิกการตลาดโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลอดเวลา และโรงแรมเป็นเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเครือออนิกซ์ฮอเทลกรุ๊ป ทางโรงแรมกำลังขยายสาขาไปทั่วภูมิภาค โดยมีแผนจะเปิดตัวในประเทศจีนลาวมาเลเซียและอินเดียในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ในช่วงโควิด-19 มีการวางแผนด้านความปลอดภัยไว้อย่างดี เช่น ฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจ
โรงแรมที่ 3	- เป็นโรงแรมที่ได้รับการคัดเลือกเข้าเป็นสมาชิก Small Luxury Hotels of the World (SLH) เป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นหรูหราทันสมัยในทั่วทั้งได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยแนวคิด “Nature’s Touch with a Modern Design” ที่ผสมผสานงานสถาปัตยกรรมทันสมัยกับบรรยากาศธรรมชาติแวดล้อมได้อย่างลงตัว บนพื้นที่กว้าง มีความเป็นส่วนตัว พร้อมด้วยมาตรฐานการบริการที่เหนือความคาดหมาย และโรงแรมมีการจัดการแผนก



ต่าง ๆ ไว้มากมาย เช่น แผนกบริการส่วนหน้า (Front Office) จะมีการแยกงานหลักเป็นหน่วยงานต้อนรับ หน่วยงานรับจองห้องพัก หน่วยงานให้บริการแขกในล็อบบี้ (Lobby) ของโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ เป็นต้น และสร้างระบบอย่างมีแบบแผน และมีหน้าที่ที่ชัดเจน และมีแผนกหัวหน้าที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาได้อย่างดี มีการรายงานผลประจำเดือน และมีการประชุมปัญหาต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

โรงแรมที่ 4

- เป็นโรงแรมที่ผสมผสานความหรูหราเข้ากับชายหาดได้อย่างกลมกลืน พื้นที่อันกว้างขวางของโรงแรมประกอบด้วยทะเลสาบอันงดงาม สระบัว สวนเขตร้อน สระว่ายน้ำที่สวยงามสองสระ และบริการเพื่อการผ่อนคลายและดูแลสุขภาพอีกมากมาย มีห้องอาหารที่หลากหลายและตัวเลือกความบันเทิงมากมายให้เลือกสรร รวมทั้งทิวทัศน์สปาอันเงียบสงบด้วย และทางโรงแรมมีรูปแบบการจัดการโรงแรมแบบเป็นเครือข่าย และยังคงควบคุมทั่วประเทศอีกด้วย โรงแรมนี้ในเครือดุสิตมีความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวชั้นนำทั่วโลก โรงแรมของเราในแถบเอเชีย, แอฟริกา และอเมริกา เชื่อมต่อกับระบบ Amadeus, Galileo, Sabre และ Worldspan เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าตลอดเวลา นอกจากนี้ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวยังสามารถใช้สิทธิพิเศษส่วนลดสูงสุด 60% เพื่อเข้าพักที่โรงแรม เป็นการสร้างการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

โรงแรมที่ 5

- เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีแนวคิด หลีกหนีจากวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่วุ่นวายและพักผ่อนในภูมิทัศน์ส่วนตัวที่เงียบสงบ และมีจุดที่น่าสนใจคือที่ดินเป็นผืนดินผืนสุดท้ายที่เชื่อมต่อกับทะเล สระว่ายน้ำของเรา มีไว้สำหรับลูกค้าทุกคน แต่สำหรับผู้ที่ต้องการความเงียบสงบและประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวเรายังมีพูลวิลล่าส่วนตัวหลายแบบ เป้าหมายขององค์กรเราคือมอบความเงียบสงบภายในพื้นที่ของคุณเอง ตั้งแต่การออกแบบที่สะอาดทันสมัยของวิลล่าไปจนถึงสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบภายในโรงแรม ทางโรงแรมเน้นเอกลักษณ์ที่เป็นตัวของตัวเองมากที่สุด มีการพัฒนารูปแบบการบริการตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีการวางแผนตลอดเวลา

โรงแรมที่ 6

- การออกแบบตกแต่งของที่นี่จะเป็นแบบโมเดิร์นร่วมสมัยที่ผสมผสานความหรูหราได้อย่างลงตัว เป็นที่พักสุดไพรเวท ได้รับแรงบันดาลใจจากหอยนอติลุส ผสมผสานกับเมืองซานตาเฟ้อยู่ส่วนเป็นโลกใต้ทะเล จนเป็นไอเดียสร้างโรงแรมแห่งนี้ขึ้นมา ดีไซน์ห้องพักสวยโดดเด่นในแต่ละแบบไม่เหมือนใคร ถึงแม้โรงแรมจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่

แต่รูปแบบของโรงแรมมีการบริการและการเข้าถึงที่ดี นับว่าเป็นโรงแรม 5 ดาวที่ให้ความเป็นส่วนตัวมาก ๆ แล้วยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และยังมีผู้บริหารที่มีความรู้ด้านโรงแรมโดยตรง มีพนักงานที่เข้าใจในการและมีประสบการณ์อย่างน้อย 2 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการทำงานเป็นอย่างมาก ถึงแม้จะเป็นโรงแรมที่เปิดใหม่ได้ไม่นาน แต่ทางโรงแรมมีดีไซน์โดดเด่นเฉพาะตัว ที่เรามองว่ามีจุดขายหลายจุดมาก แบบนี้คือสร้างแบบนอกกรอบความคิดจากโรงแรมทั่วไป ทำให้โรงแรมแนวนี้อาจกลายเป็นที่รู้จักได้ไม่ยาก ทั้งจุดถ่ายภาพหลายโซนบ่อออนเซ็นแบบเปิดที่เชื่อว่าทุกคนมาที่นี่ต้องชอบ โซนสระว่ายน้ำริมทะเลแบบโซนลับที่จะต้องดำน้ำให้เห็นโลกใต้น้ำ และห้องพักแบบต่าง ๆ ที่ไม่ซ้ำใคร

ตารางที่ 4 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบโรงแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

โรงแรม	คำสัมภาษณ์
โรงแรมที่ 1	- โรงแรมจะสร้างความมั่นใจเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และแนวทางการควบคุมโรคระบาด ซึ่งเคยได้รับการชื่นชมจากองค์การอนามัยโลกด้านการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 ได้เป็นอย่างดีมาแล้ว และโรงแรมได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว และยังคงมีการปรับกลยุทธ์ธุรกิจโรงแรมให้พร้อมรับมือภูมิทัศน์ของการท่องเที่ยวที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปเช่น การเป็นตัวกลางการให้บริการ (Networking and service matching) เช่น จัดหาห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย โดยอาจใช้ทรัพยากรของโรงแรมหรือธุรกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถเสนอทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า และขยายฐานลูกค้าได้ และยังมีเตรียมรับมือกับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อถึงเวลาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มกลับมา ความพร้อมในการควบคุมและป้องกันการระบาดซ้ำจะเป็นเรื่องสำคัญยิ่งต่อธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว
โรงแรมที่ 2	- ทางโรงแรมมีการจัดตั้งแผนพัฒนาปฏิบัติงานด้านการป้องกันการแพร่ระบาดและมาตรฐานด้านสุขภาพ (Outbreak control measures and health standards) จากนั้นไปผู้คนจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพมากขึ้น การออกใบรับรองตามมาตรฐาน (Certification) จะเป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวและลูกค้าของโรงแรม จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยของประเทศ และให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ



โรค และต้องมีการรักษาระดับการเข้าพักและเสริมรายได้จากทางอื่น เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยใช้มาตรการต่าง ๆ เช่น การแข่งขันด้านราคา การออกแพ็คเกจร่วมกับธุรกิจอื่น กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวคงจะใช้เวลา นานกว่า และเน้นพึ่งพานักท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นอกจากนี้ต้องพยายามเพิ่มรายได้ทางอื่นมาชดเชย เช่น การเข้าพัก ช่วงกลางวัน การบริการด้านอาหาร เป็นต้น

โรงแรมที่ 3

- ทางโรงแรมมองเห็นว่าการเตรียมเงินสดและหาช่องทางระดมทุนใหม่เพื่อพยุงสภาพคล่องของธุรกิจช่วง COVID-19 ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับช่วงรายได้ต่ำเป็นเวลานานการรักษาสภาพคล่องจึงเป็น ปัจจัยสำคัญเพื่อให้ก้าวพ้นวิกฤตครั้งนี้ และมีการวางแผนเกี่ยวกับ ความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ การจัดกลุ่มลูกค้าเลือก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทราบความต้องการของลูกค้า (Customer segmentation and personalization) จะช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้ดีขึ้น เช่น กลุ่มชนชั้นกลางมองหาความคุ้มค่าของเงิน (value for money) กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญด้านสุขภาพและมองหาความสะดวกสบาย ในการเดินทาง กลุ่มที่ต้องการพักผ่อน (Staycation) จะให้ความสำคัญ กับห้องพัก กลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยววิถีชีวิต จะให้ความสำคัญกับธรรมชาติ และประสบการณ์ หรือกลุ่มเดินทางคนเดียว (Solo traveler) ต้องการ บริการด้านการเดินทางซึ่งการนำเอาเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ ข้อมูลมาใช้งานทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

โรงแรมที่ 4

- ทางโรงแรมจะมีการเพิ่มช่องทางการจองห้องพักและการติดต่อ สื่อสารที่หลากหลายเพราะถือเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจโรงแรมควรมีช่อง ทางการจองและการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวก แก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่มวัยซึ่งมีความต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ แตกต่างกัน อีกทั้งยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการ และให้ บริการอื่นควบคู่ อาจเสนอบริการแก่ลูกค้าที่มีผู้ใช้ที่พักแรมเพื่อเพิ่ม รายได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เป็นสินทรัพย์ถาวร (Fixed assets) อาทิ ร้านอาหาร ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และเพิ่มนโยบายการพึ่งพา นักท่องเที่ยวจากตลาดเดียวมากเกินไป เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่ ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นกับประเทศอีก โรงแรมต้องกระจายความเสี่ยง ด้วยการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศ และเน้น

นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต เราให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างสูงสุดในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่แพร่ไปทั่วโลก ขอมอบความมั่นใจให้ลูกค้าว่าเราได้ใช้มาตรการที่จำเป็นทั้งหมดเพื่อความปลอดภัยและการใช้ชีวิตแบบมีสุขภาพดีของลูกค้า ในห้องพักทุกแห่งของเรา นอกเหนือจากนี้ เรายังได้ออกแบบโปรแกรม พักผ่อนอย่างปลอดภัยด้วยความมั่นใจที่ประกอบไปด้วยมาตรฐานใหม่ในการบริการถึง 5 ประการ ที่จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยทุกครั้งที่เข้าพักหรือใช้บริการที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต พร้อมกับมอบประสบการณ์เหนือความคาดหมายให้ทุกช่วงเวลาของท่านประทับใจไม่รู้ลืมด้วยการบริการอย่างไทยในแบบฉบับของดุสิตที่วางใจได้เสมอ พักผ่อนอย่างปลอดภัยด้วยความมั่นใจ

1. เลือกเวลาได้ตามความสะดวกของท่านเพื่อเลี่ยงความแออัด
2. มั่นใจเต็มร้อยเรื่องความปลอดภัยและการใช้ชีวิตแบบมีสุขภาพดี
3. มอบประสบการณ์แบบโลคัลอย่างแท้จริงได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่ดีที่สุดในท้องถิ่นเพื่อบริการอาหารและของฝากถึงมือท่านอย่างสะดวกสบาย โดยที่ท่านไม่จำเป็นต้องออกเดินทางออกนอกโรงแรม
4. เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยด้วยเทคโนโลยี
5. มีให้บริการฟรีในห้องพักของลูกค้า

โรงแรมที่ 5

- โรงแรมมีแผนพัฒนาโดยการพยายามซ่อมแซมจุดอ่อน โดยการเพิ่มความเข้มข้นในด้านความปลอดภัย ยกย่องการให้ความสำคัญกับสุขภาพและอนามัย เดินหน้าพัฒนาปรับปรุงด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ในอนาคตต้องให้บริการที่หลากหลายและสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมควมมีมากขึ้น เช่น การเปลี่ยนโรงแรมเป็นศูนย์พักฟื้นผู้ป่วย ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องอาศัยเงินลงทุนและทักษะใหม่นอกจากการดำเนินธุรกิจโรงแรมแบบเดิม การช่วยเหลือจากภาครัฐจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่จะส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยว รวมถึงช่วยยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการและกำลังแรงงาน (Reskill/Upskill) ในธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมต่อไป และเพิ่มความปลอดภัยให้กับโรงแรมมากขึ้น

โรงแรมที่ 6

- ทางโรงแรมมีแผนที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อดึงดูดความสนใจและรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีกลายเป็น



ส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ เทคโนโลยีฝังอยู่ใน Customer journey ของนักท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่ง Social media มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ความคุ้นเคยต่อเทคโนโลยีจะทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจึงควรมีการลงทุนในด้านนี้มากขึ้น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล ระบบควบคุมอัตโนมัติ เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคาดการณ์ (Predictive analytic) มาช่วยเพิ่มความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานใน Social media เพื่อนำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ตรงใจ

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้องค์ความรู้จากการศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมควรมีการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวให้มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ด้านเส้นทางการเข้าถึงควรมีการพัฒนาการบอกเส้นทาง การเข้าถึงทั้งผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและคำนึงถึงการสร้างความปลอดภัยในการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านกิจกรรมไฮไลท์ควรมีการพัฒนากิจกรรมที่เป็นจุดเด่นของแต่ละโรงแรมให้มีความหลากหลายและสื่อถึงอัตลักษณ์ของโรงแรม พื้นที่ และชุมชนนั้น ๆ และด้านที่พักควรคำนึงถึงการสร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบการรักษาความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก และผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โรงแรมทุกโรงแรมมีแผนการตลาดและมีการเตรียมความพร้อมแผนสำรองไว้เสมอในหลากหลายรูปแบบท่องเที่ยวที่จะตอบสนองกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน รวมถึงในช่วงโควิด-19 ทางโรงแรมก็มีการปรับตัวให้บริการเสริม เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบท่องเที่ยวที่แตกต่างและโดดเด่นย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวได้ สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการให้บริการเป็นชุด ให้แพ็คเกจหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่แยกให้บริการทีละอย่าง การตลาดโดยใช้การสื่อสารด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่ใกล้ชิด และสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายที่สุด โดยมุ่งเน้นรูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวใน 5 ด้าน ประกอบด้วย กิจกรรมที่สร้างสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมการสร้างการรับรู้เส้นทางการเข้าถึงโรงแรม กิจกรรมที่

ส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมทางโซเชียลมีเดียเพื่อจัดโปรโมชั่น และกิจกรรมการสร้างบรรยากาศที่ดีในห้องพัก และเมื่อนำผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาพิจารณาความสอดคล้องกันจะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละโรงแรมให้มีความแตกต่างแต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์พื้นฐาน และวิถีชีวิตชุมชนในท้องถิ่นเพื่อรักษาเสน่ห์ของวิถีชุมชนไว้ จากผลการวิจัยทั้งวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรพื้นถิ่นมาใช้บริการลูกค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องสพ การพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การฝึกอบรมเพิ่มเติมในการดูแลสุขภาพให้กับพนักงานรักษาความสะอาด และการบริการเครื่องดื่มและอาหาร ให้เกิดมาตรฐานการบริการที่มีสุขอนามัย การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมลักษณะนี้จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นได้สอดคล้องกับ (เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์, 2564; บริสุทธิ์ แสนคำ, 2564; ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561; Loureiro and Gonzalez, 2008; Xiang and Gretzel, 2010) กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวได้จำเป็นต้องสร้างสิ่งดึงดูดใจพัฒนาแผนที่เส้นทางให้เข้าถึงง่าย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก มีการสรรสร้างกิจกรรมที่เป็นไฮไลท์เฉพาะถิ่นหรือเฉพาะที่ และสร้างบรรยากาศที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในห้องพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย (2556, หน้า 1) พบว่าการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในด้านการโฆษณา การตลาดออนไลน์ การตลาดออนไลน์ และการตลาดทางตรง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถสกัดองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านเส้นทางการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมไฮไลท์ และ 5) ด้านที่พัก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ต้องการความสำเร็จในการดำเนินงานควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ มีการบอกเส้นทางการเข้าถึงทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ มีการสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีการสร้างสรรค์กิจกรรมที่น่าสนใจที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของโรงแรมและท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวเลือกอย่างหลากหลาย และมีการสร้างสภาพแวดล้อมในห้องพักให้มีความปลอดภัยและมีสุขภาวะ

2. ผลการวิจัยพบว่า การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 จำเป็นต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มมาตรการความปลอดภัยหลัง



สถานการณ์โควิด-19 มีการปรับทัศนคติและศักยภาพของพนักงานที่มีต่อการทำงานในปัจจุบัน และมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เข้ามาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือการหารายได้เสริมให้กับองค์กร ดังนั้นแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ทำหน้าที่บริการของโรงแรมให้มีความพร้อมในการรับมือกับทุกสถานการณ์โดยคำนึงถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจ ความปลอดภัย สุขภาวะ และความเพียงพอในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของโรงแรมให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงจึงจะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเลือกเข้าพักในโรงแรมและควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการควบคู่กับการจัดการธุรกิจโรงแรมที่มีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และเหล่าคณาจารย์ สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ขอขอบคุณผู้บริหารโรงแรม Cape Nidhra Hotel, Amari Hua Hin - SHA Certified, DusitThani Hua Hin, Kundala Beach Resort Hua Hin, VALA Hua Hin อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลและอำนวยความสะดวก ในให้ความรู้ชี้แนะและแก้ไขการศึกษาในครั้งนี้ และเสียสละเวลาให้ข้อมูลอันมีค่าในการทำวิจัยชิ้นนี้

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ประจวบคีรีขันธ์. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวไทย. (มปท.). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 103-114.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(1), 160-167.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 11(1), 79-98.

- สมบุรณ์ สุริยวงศ์,บุญมี พันธุ์ไทย, เตือนใจ เกตุษา, สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์. (2552). *Educational Research and Statistics: วิจัยและสถิติทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *Covid -19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563*. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สุภมาส อังศ์โชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์:เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย. (2556). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี*. 2(1), 1-17.
- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Son.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Likert, R.. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Loureiro, S. M. C., & Gonzalez, F. J. M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourism loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(2), 117-136.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.