

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดกระบี่

The Important Factors for Applying Digital Platform of Hotel Businesses in Krabi

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์¹

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์²

ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ โดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการประยุกต์ใช้ธุรกรรมออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจ โดยเก็บข้อมูลด้วยการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวมากที่สุด มีห้องพักเฉลี่ย 38.65 ห้อง อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 69.81 และมีอายุเฉลี่ยของธุรกิจ 8.81 ปี หรือ 8 ปี 9 เดือน 21 วัน โดยธุรกิจโรงแรมประมาณร้อยละ 79.28 มีการดำเนินการด้านออนไลน์ ซึ่งมากกว่าครึ่งนำไปใช้ในด้านการตลาดและการขายมากที่สุด ซึ่งธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่เชื่อว่าการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความน่าสนใจและมีประโยชน์ โดยการพัฒนาข้อมูลเพื่อสื่อสารออนไลน์ของธุรกิจจะมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเชื่อมต่อกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงถึงผู้ที่มีการดำเนินการออนไลน์แล้วจะมีทัศนคติที่ดีต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มและมีความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการพัฒนา คือ ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

² อดศาสตราจารย์ สาขาการตลาด สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

³ อาจารย์ สาขาการเงิน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

คำสำคัญ : ดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความต้องการ ธุรกิจโรงแรม จังหวัดกระบี่

Abstract

This study aims to study the needs for using digital platform of hotel businesses in Krabi, to explore the associated factors toward the needs for using digital platform of tourism stakeholders in Krabi, and to analyze the important factors for applying digital platform of hotel businesses in Krabi. The population of this study is hotel businesses in Krabi because they are the major tourism business to apply online business in their operation. The focus group interviews, in-depth interviews, and questionnaires were employed to collect the data.

The results show that samples are 3-star hotel, a number of 38.65 rooms/hotel in average, with the occupancy rate 69.81 %. They have operated for 8.81 years or 8 years 9 months 21 days in average. The 79.28 % of hotel businesses operate online, and more than a half of them do online for marketing and sales functions. The most of hotel businesses believe that applying digital platform is interesting and be able to provide benefits to business. For the testing of hypotheses, developing information for online communication associates with the needs to connect with the digital platform, significantly. Additionally, businesses who have operated online, tend to contain positive attitude toward digital platform, and would like to connect with digital platform. However, the system should be easy and convenience for using.

Keywords: Digital Platform, Need, Hotel Business, Krabi Province

บทนำ

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือหรือกลไกที่ธุรกิจส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบันนำมาใช้ หรือเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการตอบสนองต่อโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้แนวคิดการอำนวยความสะดวกลูกค้าในกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Blaschke et al., 2018; de Reuver et al., 2017; Pongsakornrungrungsilp & Schroeder, 2011) ซึ่งดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีความโดดเด่นและมีการนำมาใช้ในการบริหารธุรกิจ ได้แก่ Facebook , Airbnb , Grab หรือ Lazada ที่แต่ละแพลตฟอร์มจะมีจุดมุ่งหมายและรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยการศึกษาทางด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในด้านการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ (Blaschke et al., 2018; de Reuver et al., 2017) ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการดำเนินธุรกิจบนโลกออนไลน์ที่ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ

ระบบอภิมหาข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ (Big Data and AI) ระบบเทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality Technology: VR) เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงมีส่วนสนับสนุนการทำธุรกรรมออนไลน์และอำนวยความสะดวกทั้งลูกค้าและเจ้าของธุรกิจในการทำธุรกรรมระหว่างกัน ในปี พ.ศ. 2559 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2560) ระบุว่าในการทำธุรกรรมออนไลน์มีมูลค่าถึง 607,904.89 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.07 ของมูลค่าธุรกิจทั้งประเทศ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2556) กล่าวว่าปัญหาสำคัญในการทำธุรกรรมออนไลน์คือ ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวไม่เชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการและไม่มั่นใจการซื้อสินค้าออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ รวมทั้งขาดทักษะภาษาอังกฤษและขาดต้นทุนในการพัฒนาเว็บไซต์

เป้าหมายหลักของการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คือ การพัฒนาแนวทางในการบูรณาการผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเข้าด้วยกันและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำข้อมูลหรือบริการมาผสมผสานกันให้เกิดบริการใหม่ๆ ได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงทรัพย์สินที่มีค่าในยุคดิจิทัล นั่นคือ ข้อมูล (Data) อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเรื่องใหม่ที่มีการศึกษาไม่มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในบริบทขององค์ประกอบการเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Anderson, 2019; Blaschke et al., 2018; de Reuver et al., 2017) แม้ว่าจะงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังไม่มีการศึกษาโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงทางด้านการประยุกต์ใช้การทำธุรกรรมออนไลน์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2546) ดารารัตน์ โฆษิตพิพัฒน์ (2552) ธงไชย สุรินทร์วรานุกร (2554) ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) เป็นต้น

จังหวัดกระบี่เป็นพื้นที่หนึ่งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับสองของภาคใต้รองจากจังหวัดภูเก็ต โดยในปี พ.ศ. 2560 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 105,029.06 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากปี พ.ศ. 2559 ถึงร้อยละ 18.69 และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักในสัดส่วนร้อยละ 63.19 (กรมการท่องเที่ยว, 2561) การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่จึงเป็นแนวทางที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถรองรับการบริการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งจากการพัฒนาประเด็นการวิจัยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ และสมาคมโรงแรมจังหวัดกระบี่ พบว่ามีความต้องการในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลและแนวทางในการดำเนินงาน

ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพในการใช้งานและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากจังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดต้นแบบที่จะดำเนินการตามโครงการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องมีการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อ

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ โดยอาศัยระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ตามลำดับก่อนหลัง เพื่อใช้ประโยชน์จากทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในการกำหนดแนวทางการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ทุกระดับเป็นหลักเนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในการดำเนินธุรกิจ โดยเก็บข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ด้วยการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อระบบเทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

การทบทวนวรรณกรรม

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญที่สามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงข้อมูลของธุรกิจการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันที่บริษัทเอกชนด้านท่องเที่ยวทั่วไปสามารถเข้าถึงและสามารถนำไปใช้งานได้ ซึ่งดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นการสร้างโอกาสจากการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งไม่จำเป็นว่าจะต้องมีสินค้าที่จับต้องได้หรือไม่ ดังเช่น กรณีของ Facebook หรือ Lazada ที่กลายเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน (นิตยสารแบรนด์เจจ, 2561) โดยใช้โอกาสจากแนวโน้มการพัฒนาซอฟต์แวร์ในปัจจุบันที่มีนักพัฒนาซอฟต์แวร์จำนวนมากดำเนินการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในงานต่างๆ ซึ่งตัวอย่างของดิจิทัลแพลตฟอร์มทั่วไปที่มีการใช้งานกันโดยทั่วไปได้แก่ Google Play หรือ App Store ที่ผู้ใช้

โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตสามารถเลือกซื้อโปรแกรมต่างๆ ที่ต้องการได้ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มมีกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานคือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินการทางการตลาดหรือเพื่อให้บริการกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั่นเอง ในส่วนนี้ de Reuver et al. (2017) ได้ยกตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์มในปัจจุบัน อาทิ Airbnb ที่มีลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากทั่วโลกใช้บริการ ซึ่งผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการต้องให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้งานระบบเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ Blaschke et al. (2018) กล่าวถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในระบบธุรกิจในปัจจุบันที่ทำหน้าที่หลักในกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันของธุรกิจ อย่างไรก็ตามภายใต้มุมมองของ Blaschke et al. (2018) นั้น มีแนวคิดที่ใกล้เคียงกับการขับเคลื่อนกลุ่มหรือสังคมออนไลน์ที่มีภาคีที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ เครือข่าย และลูกค้า (de Reuver et al., 2017) ซึ่ง Mathwick et al. (2008) ได้ศึกษาการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาของแบรนด์ HP กับตัวแทน หรือผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของ HP ในรูปแบบกลุ่มผู้ใช้ (Peer-to-Peer)

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการอำนวยความสะดวกลูกค้าและธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละฝ่าย โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Instagram Line หรือ เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Amazon.com Lazada.com เป็นหนึ่งในตัวอย่างของดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากมีนักพัฒนาซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันเข้ามาพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานหรือโปรแกรมเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มที่ก่อให้เกิดรูปแบบการบริการใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมทางธุรกิจใหม่ ๆ ตลอดเวลา (ฤทัยกาญจน์ อินทร์แพง, 2556) ภายใต้มุมมองนี้ Anderson (2019) ได้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มทางด้านระบบเชิงโครงสร้างที่กล่าวถึงแนวคิดการควบคุมดิจิทัลแพลตฟอร์ม เนื่องจากการเกิดขึ้นของดิจิทัลแพลตฟอร์มก่อให้เกิดการสร้างสังคมอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้ใช้มีการเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มผ่านเครื่องมือที่สะดวกมากขึ้น ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ หรือ เครื่องแท็บเล็ต ดังนั้น การประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงมีประโยชน์อย่างยิ่งในการช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำเสนอขายสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในแง่การเตรียมข้อมูลด้านสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่ผู้ที่ทำธุรกิจนำเที่ยวทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์สามารถวางแผนบริหารจัดการส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการให้จูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อได้เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง และสามารถเลือกนำเสนอเป็นแพ็คเกจนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับมุมมองที่ Blaschke et al. (2018) ได้นำกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Value Co-Creation) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม

แนวคิดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจท่องเที่ยว

ในการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องใหม่ โดย Buhalis (1998) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศว่าเป็นกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้แก่กิจการ นอกจากนี้แล้ว เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารสินค้าและบริการไปยังลูกค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำ (WTO,

2001) นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับ OECD (2000) ที่ได้สรุปถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในโซลูชันธุรกิจท่องเที่ยวโดยเริ่มต้นตั้งแต่ผู้ประกอบการในธุรกิจ ตัวกลาง และลูกค้า โดยในประเทศไทยมีนักวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจท่องเที่ยว อาทิ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2546) ดารารัตน์ โฆษิตพิพัฒน์ (2552) ธงไชย สุรินทร์วรานุกร (2554) เป็นต้น ในขณะที่ดารารัตน์ โฆษิตพิพัฒน์ (2552) ได้ศึกษาในแนวทางใกล้เคียงกัน โดยศึกษาการพัฒนากลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นปัญหาที่มีความสำคัญมากเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็น การสนับสนุนของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ขาดการสนับสนุนทางการเงิน ความมั่นใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยภายในประกอบไปด้วยการขาดบุคลากร การขาดความรู้ความเข้าใจ ความกังวลในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

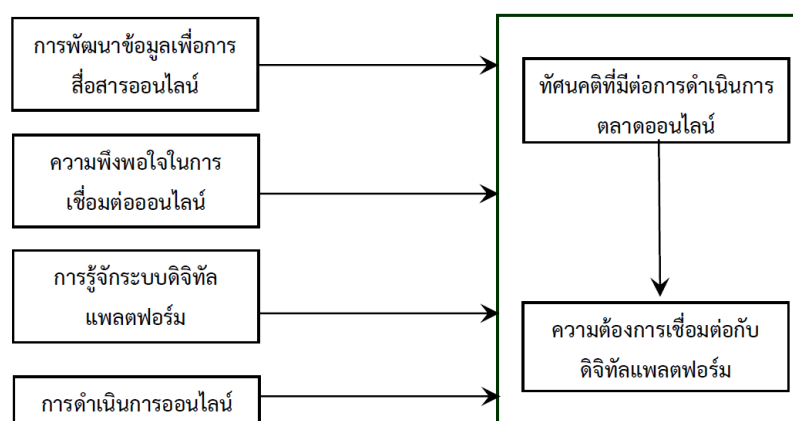
สำหรับในประเด็นด้านแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศกับการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว นั้น ธงไชย สุรินทร์วรานุกร (2554) ได้วิเคราะห์หาแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับธุรกิจการโรงแรมและท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้ฯ ได้รูปแบบที่โดดเด่นและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการต้องจัดทำเว็บไซต์ขององค์กรเพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการโรงแรมและการท่องเที่ยวที่ต้องเน้นระบบการจองผ่านเว็บไซต์ และให้นักท่องเที่ยวสามารถชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ และการโอนเงินผ่านธนาคารได้ 2) ผู้ประกอบการต้องนำเสนอส่วนประสมทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาดมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีควบคู่กันไป 3) ผู้ประกอบการต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น ธนาคาร สถานที่ท่องเที่ยวและหน่วยงานการท่องเที่ยวผ่านระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัททัวร์หรือตัวแทนจำหน่ายได้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น

ทั้งนี้ ในแง่ของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) ได้ศึกษาการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทยพบว่า ปัจจัยด้านการรู้จัก (Awareness) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการสนใจทำธุรกรรมออนไลน์ โดยผู้บริหารของโรงแรมเห็นความสำคัญในการนำระบบธุรกรรมออนไลน์มาใช้ในการท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจัยกดดันจากคู่แข่งชันทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์ในระดับมาก ขณะที่ปัจจัยทางด้าน AEC เป็นปัจจัยกระตุ้นให้ธุรกิจต้องมีการดำเนินการไม่มากนัก โดยโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบธุรกรรมออนไลน์ให้มีการพัฒนาให้มากขึ้นเพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตามศราวุฑ พงษ์สิทธิ์รัตน์ (2555) ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่จะนำเข้าสู่ระบบมากกว่า ขณะที่ ประภากร แก้ววรรณ และคณะ (2557) ได้ศึกษาศักยภาพและความต้องการด้านสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวขององค์กรท่องเที่ยวท้องถิ่นเมืองมรดกโลกหลวงพระบางเพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกหลวงพระบาง พบว่าให้ความสำคัญกับการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับ

ข้อมูลข่าวสารสารสนเทศมากที่สุด ทั้งนี้ ธุรกิจที่มีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์และมีความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมออนไลน์จะมีการดำเนินการเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง Kim (2004) ได้สรุปถึงประโยชน์ของการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจท่องเที่ยวไว้ คือ การช่วยให้ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การช่วยสร้างตลาดใหม่ให้แก่ธุรกิจ การทำให้สามารถตอบโต้สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การช่วยทำให้ค้นพบพันธมิตรทางธุรกิจ และการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน นอกจากนี้ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ทักษะที่มีต่อการทำธุรกรรมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับต่อการทำธุรกรรมออนไลน์ (ชวีศา พลฤกษ์วรรณ, 2554)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

1. การดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์ การรู้จักระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม การดำเนินการออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับทักษะที่มีต่อการดำเนินการตลาดออนไลน์
2. การดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม การดำเนินการออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม
3. ทักษะที่มีต่อการดำเนินการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม

วิธีการวิจัย

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีทั้งสิ้น 454 แห่ง (สุชาติ ฉันทสารานู และคณะ, 2561) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Convenience Sampling) จากธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ที่ยินดีให้ข้อมูลงานวิจัย โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ดังนั้น จึงสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ดังนี้

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

เมื่อ n = จำนวนขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (= 0.05 หรือ 5 %)
 ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของธุรกิจโรงแรมในการศึกษาครั้งนี้คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{454}{1 + (454(0.05^2))} = 212.65$$

นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจโรงแรมมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 213 คน

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ในงานวิจัยนี้มีการใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยในงานวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามอย่างมีโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นจากการตรวจสอบเอกสารงานวิชาการผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามเพื่อศึกษาความต้องการของธุรกิจโรงแรมต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ เป็นคำถามให้เลือกตอบด้วยระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 การดำเนินการธุรกรรมออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมประกอบไปด้วยการดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์ การรู้จักระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม การดำเนินการออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการดำเนินการดำเนินการตลาดออนไลน์เป็นคำถามให้เลือกตอบด้วยระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale)

ตอนที่ 3 ความต้องการเชื่อมต่อ Digital Platform ของธุรกิจโรงแรมเป็นคำถามให้เลือกตอบด้วยระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมด้วยการเลือกตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Convenience Sampling) จากธุรกิจที่ยินดีให้ข้อมูล ขณะที่ในการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลจากผู้ที่ได้รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ ผู้อำนวยการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ นายกษมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ นายกษมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ที่มีการทำธุรกรรมออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากแจกแบบสอบถามไปทั้งหมด 250 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาและผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 221 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ไคสแควร์ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95.00 %

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ มีผลการศึกษาดังนี้

1. ความต้องการเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

ในการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่มีการดำเนินการ 2 ส่วน ได้แก่ การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ และการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ โดยมีผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนี้

1.1 การศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับความต้องการเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากธุรกิจโรงแรม จำนวน 221 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พบมากที่สุดเป็นธุรกิจโรงแรมที่พักระดับ 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 22.48 รองลงมา คือ ธุรกิจโรงแรมที่พักระดับ 2 ดาว คิดเป็นร้อยละ 29.86 และที่พักระดับ 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 16.29 ตามลำดับ โดยมีจำนวนห้องพักเฉลี่ย 38.65 ห้อง อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 69.81 ประเภทที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 41.63 รองลงมาเป็นคอนโดมีเนียม อพาร์ทเมนต์และแมนชั่น คิดเป็นร้อยละ 16.74 และเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 15.84 ตามลำดับ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่เข้ามาพักส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เฉลี่ยร้อยละ 39.35 รองลงมาคือ สหราชอาณาจักรเฉลี่ยร้อยละ 33.88 และกลุ่มสแกนดิเนเวียนเฉลี่ยร้อยละ 29.76 ตามลำดับ โดยธุรกิจที่พักส่วนใหญ่มีบริการอื่นนอกเหนือจากการให้บริการห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 63.70 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการบริการภัตตาคาร ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (นอกเหนือจากอาหารเช้าปกติ) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือ บริการจัดนำเที่ยวด้วย คิดเป็นร้อยละ 41.98 และบริการยานพาหนะให้เช่า คิดเป็นร้อยละ 35.21 ระยะเวลาการก่อตั้งเฉลี่ย 8.81 ปี จำนวนบุคลากรของที่พักระดับเฉลี่ย 32.06 คน จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศเฉลี่ย 1.45 คน กลุ่มตัวอย่างธุรกิจที่พักได้มีการพัฒนาข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันข้อมูลทุกเดือนหรือนานๆครั้งเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.65 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 21.72 ไม่มีการดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์หรือระบบสารสนเทศ

โดยกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เช่น website, Facebook ฯลฯ ในด้านการขาย หรือ Sales มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.66 รองลงมา กลุ่มตัวอย่าง

ประมาณครึ่งหนึ่งมีการนำเสนอข้อมูลในด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 52.04 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้มีการนำเสนอข้อมูลออนไลน์มากกว่าครึ่ง ร้อยละ 58.06 ให้เหตุผลต่อการที่ไม่ได้มีการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เช่น website, Facebook ฯลฯ ว่าเนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องดำเนินการ รองลงมาพบว่าทางธุรกิจขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 54.84 ตามลำดับ โดยในการติดตั้งโปรแกรมหรือเชื่อมต่อระบบจองห้องพักทางออนไลน์ นั้น ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ที่ธุรกิจที่พักมีการดำเนินการติดตั้งหรือเชื่อมต่อระบบจองห้องพักทางออนไลน์แล้ว คิดเป็นร้อยละ 70.48 ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณ 2 ใน 3 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการด้านระบบการจองห้องพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.09 รองลงมาคือระบบการจัดการข้อมูลผู้เข้าพัก คิดเป็นร้อยละ 47.51 ระบบการเช็คอินและเช็คเอาท์ คิดเป็นร้อยละ 46.15 ระบบบัญชี คิดเป็นร้อยละ 41.18 ระบบการจองแพ็คเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 33.48 โดยในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหรือซอฟต์แวร์ในการบริหารจัดการมาใช้ในธุรกิจเนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องอาศัยซอฟต์แวร์ คิดเป็นร้อยละ 51.48 รองลงมาคือ ขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 33.14 ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 43.89 ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) มาก่อน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการผ่าน Digital platform ว่าเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 93.67 รองลงมาคือ Digital Platform สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้มีโอกาสนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับเอเจนซีต่างชาติมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 92.31 สถานประกอบการให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละ 91.86 และการตลาดออนไลน์จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งต้องลงทุนสูง คิดเป็นร้อยละ 78.28 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.81 ต้องการการสนับสนุนซอฟต์แวร์ทางด้านเว็บไซต์และด้านระบบ Email มากที่สุดในสัดส่วนเท่ากัน รองลงคือ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 78.28 ด้านสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 77.36 และ ด้าน Office Suite คิดเป็นร้อยละ 73.76 ตามลำดับ

1.2 การศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความต้องการเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การประชุมกลุ่มย่อย (focus group) และการสัมภาษณ์ผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ ผู้อำนวยการ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ โดยผลการวิจัยมีดังนี้

1.2.1 ความต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม

จากการประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่พบว่า โดยส่วนมากไม่เข้าใจว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร และจะมีประโยชน์อย่างไรต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเรื่องใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและยกตัวอย่าง Google Play หรือ App Store ตลอดจนดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ

Facebook Line หรือ Instagram ที่มีนักพัฒนาซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันได้พัฒนาโปรแกรมเพื่อใช้ร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านี้ ยกตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันการจัดการภาพถ่ายที่สามารถเลือกให้แสดงผลบน Facebook ได้โดยอัตโนมัติ เป็นต้น

1.2.2 ความต้องการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จากการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดต้องการให้การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่ต้องการให้มีช่องทางที่จะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้เลย

1.2.3 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ในส่วนนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องข้องกับการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ได้เสนอแนะว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมาควรมีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงรูปภาพหรือข้อมูลที่สำคัญจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจซื้อทัวร์หรือจองโรงแรมโดยอาศัยข้อมูลที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้เขียนไว้ ด้วยเหตุนี้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่กำลังพัฒนาขึ้นควรเปิดช่องให้นักท่องเที่ยวสามารถนำเสนอรูปภาพหรือข้อความที่แสดงถึงประสบการณ์และความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ซึ่งจะเป็ข้อมูลที่สำคัญทั้งในแง่ของการจูงใจหรือกระตุ้นนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ให้ตัดสินใจง่ายขึ้น และเป็นข้อมูลย้อนกลับที่สำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวในการปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจ

1.2.4 การบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม สิ่งทีผู้ที่เกี่ยวข้องข้องกับการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีความกังวลคือ หลังจากที่พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้แล้ว ใครหรือหน่วยงานใดจะเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการเพื่อดูแลรับผิดชอบ รวมถึงการดำเนินการให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้สามารถดำเนินการต่อไปอย่างยั่งยืน ไม่ใช่เป็นเพียงโครงการที่ดำเนินการและใช้งบประมาณในการพัฒนา ก่อนที่จะไม่มีการนำไปใช้ประโยชน์ต่อและเป็นการสูญเสียงบประมาณของภาครัฐ ทั้งนี้สิ่งทีผู้ที่เกี่ยวข้องข้องกับการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ได้เสนอแนะคือ หน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบควรเป็นหน่วยงานกลางที่ไม่ใช่ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในจังหวัดกระบี่ เพราะอาจจะมีส่วนได้เสียกับการจัดการในส่วนนี้ และที่สำคัญคือ หากคนกลางเป็นผู้บริหารจัดการจะดึงดูดให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่เข้ามาประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มมากขึ้น

1.2.5 การเข้ามาใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ง่ายและสะดวก สิ่งทีสำคัญประการหนึ่งทีผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ได้เสนอแนะคือ ระบบทีพัฒนาขึ้นหรือดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้ต้องใช้งานได้ง่าย (friendly use) เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่มีทรัพยากรและมืองค์ความรู้ทีแตกต่างกัน และส่วนมากขาดบุคลากรทีมีความรู้หรือประสบการณ์ในด้านคอมพิวเตอร์ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ไม่สามารถบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ของธุรกิจได้ ดังนั้น การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ควรออกแบบให้คนที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศน้อยสามารถใช้งานได้โดยง่ายและสะดวก หรือการจัดทำคู่มือการใช้งาน (manual) ที่ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้และดำเนินการได้ด้วยตนเอง

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบสมมติฐาน และมีผลการวิจัย ดังนี้

2.1 ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์ และการรู้จักระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินการดำเนินการตลาดออนไลน์ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 % โดยมีเพียงการดำเนินการออนไลน์ ($\chi = 26.241$, Sig. = 0.000) ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินการดำเนินการตลาดออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 % ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

	ทัศนคติที่มีต่อการดำเนินการดำเนินการตลาดออนไลน์	ความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม
การดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์	0.077	0.000*
ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์	0.648	0.948
การรู้จักระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม	0.120	0.584
การดำเนินการออนไลน์	0.010*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 %

2.2 ผลการวิจัยในตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินการออนไลน์ และการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 % ขณะที่การดำเนินการพัฒนาข้อมูลเพื่อการสื่อสารออนไลน์ ($\chi = 23.654$, Sig. = 0.000) และการดำเนินการออนไลน์ ($\chi = 29.242$, Sig. = 0.000) มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 %

2.3 ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติที่มีต่อการดำเนินการดำเนินการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 % ($\chi = 16.713$, Sig. = 0.000)

3. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดกระบี่คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ความต้องการเชื่อมต่อกับ Digital Platform ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ และกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การประชุมกลุ่มย่อย (focus group) และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ ผู้อำนวยการ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ นายก สมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ นอกจากนี้ ในการ พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้น โดยสามารถสังเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ได้ดังนี้

3.1 การสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรม

ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่ ผู้ให้ข้อมูลยังไม่เข้าใจว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร เนื่องจากโดยส่วนใหญ่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ เกมออนไลน์ เครือข่ายสังคม ออนไลน์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต เป็นต้น แต่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ มากกว่าครึ่งหนึ่งไม่รู้จักดิจิทัลแพลตฟอร์ม ประกอบกับเมื่อพิจารณาถึงผู้ที่มีการใช้ธุรกรรมออนไลน์ในการ ดำเนินการทางธุรกิจนั้น (ร้อยละ 84.16) ประมาณครึ่งหนึ่งให้เหตุผลว่าเนื่องจากการทำธุรกรรมออนไลน์ช่วย เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ รองลงมาคือ คู่แข่งดำเนินการไปแล้ว และเห็นผลจากการดำเนินการจริง เช่นเดียวกับผู้ที่ ต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์มเนื่องจากต้องการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

ดังนั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ การสร้างการรับรู้และความเข้าใจของธุรกิจโรงแรมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มที่จะช่วยเพิ่ม ศักยภาพในการดำเนินการธุรกิจโรงแรมออนไลน์ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม เนื่องจากความรู้ความเข้าใจจะส่งผล ให้ธุรกิจโรงแรมสนใจและตั้งใจที่จะดำเนินงานรวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม

3.2 ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน

เนื่องจากปัจจุบัน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้นมีความต้องการและพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตหรือการเชื่อมต่อออนไลน์ที่รวดเร็วและสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาระบบดิจิทัล แพลตฟอร์มที่สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet ได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานคนสุดท้าย (end users) หรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดกระบี่ต้องการให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้สามารถถูกค้นหาค้นหาพบผ่าน Search Engine ได้โดยง่าย เนื่องจาก

จะสามารถเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังที่พบจากผลการวิจัยว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวหรือการวางแผนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2562) ซึ่ง Search Engine จะเป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสามารถพบเจอข้อมูลของธุรกิจได้

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ยังต้องการดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีต้นทุนต่ำ หรือไม่ได้เพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจใดๆ เลย นั่นหมายความว่า ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม อันเนื่องมาจากกระบวนการยอมรับสิ่งใหม่นั้น ผู้เข้าร่วมอาจจะไม่มั่นใจ หรือกังวลว่าจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ ดังนั้นในขั้นตอนแรกจึงต้องพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ แต่อาจจะมีเงื่อนไขหรือบริการเสริมที่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

3.3 การเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

เนื่องจากปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Facebook มากที่สุด การเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปรียบเสมือนดิจิทัลแพลตฟอร์มอีกระบบหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมากจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่เพราะสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าจำนวนมากได้ ประกอบกับปัจจุบันมีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ Line Instagram เป็นต้น ซึ่งการเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านี้จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากผลการวิจัยพบว่าปัญหาด้านบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ไม่มีการพัฒนาด้านการทำธุรกรรมออนไลน์ หรือการเชื่อมโยงการทำธุรกรรมออนไลน์ คือการขาดบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบกับโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรทางด้านนี้มากนัก ทำให้จำนวนบุคลากรด้านนี้ในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ไม่มากนัก โดยเฉลี่ยไม่เกิน 2 คนในแต่ละธุรกิจ รวมทั้งภาระงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดูแลระบบเครื่องคอมพิวเตอร์และการใช้งานทางธุรกิจในสำนักงานมากกว่าการมุ่งเน้นด้านการทำธุรกรรมออนไลน์

3.5 ความสมบูรณ์ของข้อมูล

สิ่งที่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ คือ การนำเสนอข้อมูลแบบ Real time ที่สามารถตัดสินใจวางแผนด้านการจัดเตรียมข้อเสนอที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากในธุรกิจโรงแรมต้องอาศัยการจัดการกับความต้องการซื้อหรือ demand ด้วยการนำเสนอระดับราคาที่แตกต่างกัน การนำเสนอข้อมูลแบบ Real Time จึงช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในด้านนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบครัน ทั้งในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการเดินทาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน

ช่องทางอินเทอร์เน็ต การจัดเตรียมข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

3.6 อำนาจความสะดวกระบบการสร้างคุณค่า

ภายใต้แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ที่มีความสำคัญกับกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้าที่ทำให้บทบาทของนักการตลาดหรือธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปจากผู้ที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว เป็นผู้ที่อำนวยความสะดวกในการสร้างคุณค่าเนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือชำนาญในพื้นที่ บทบาทของธุรกิจโรงแรมจึงต้องเป็นผู้อำนวยความสะดวกหรือที่ปรึกษาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ การเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น การผจญภัย ความสะดวกสบาย เป็นต้น ดังนั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงต้องสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวและช่วยในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

3.7 ความปลอดภัย

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการเชื่อมโยงเข้าสู่โลกออนไลน์ทั้งการเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ คือ ความปลอดภัย ทั้งในด้านของธุรกิจโรงแรม และตัวนักท่องเที่ยวเอง ระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับทั้งสองฝ่ายในการทำธุรกรรมออนไลน์ และส่งผลต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ยังไม่มีงานวิจัยใดได้ให้ความสำคัญกับดิจิทัลแพลตฟอร์มในด้านการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ เนื่องจากงานโดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการให้ความสำคัญในด้านการเป็นช่องทาง หรือเป็นสื่อในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเป็นช่องทางในการบริการลูกค้าในด้านต่าง ๆ มากกว่าจะมองในมิติการเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์ม อาทิ de Reuver et al. (2017) ที่ศึกษากรณีของ Airbnb ในการเป็นแพลตฟอร์มในการจองห้องพัก นิตยสารแบรนด์เอง (2561) ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นสื่อสังคมออนไลน์ เช่นเดียวกันกับธาตาดิเบิร์ต ภูทอง (2561) ที่ให้ความสำคัญในมิติการเป็นสื่อออนไลน์เช่นเดียวกัน ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) ที่ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับระบบธุรกรรมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่เพื่อหาแนวทางในการขับเคลื่อนให้สามารถดำเนินการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ต้องอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถึง 221 แห่ง ซึ่ง

นับว่าเป็นจำนวนค่อนข้างมาก เนื่องจากโดยทั่วไป การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากภาคธุรกิจจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่มากนัก ยกตัวอย่างเช่น พิมพ์ลัส พงศกรรังศิลป์ (2558) เก็บรวบรวมข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 131 ธุรกิจ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ (2558) เก็บรวบรวมข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จำนวน 150 แห่ง McIntosh & Prentice (1999) เก็บข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยวได้ 40 แห่ง Johnson (2003) เก็บข้อมูลได้ 14 แห่ง Patterson et al. (2007) เก็บข้อมูลได้ 20 แห่ง McIntosh & Siggs (2010) เก็บข้อมูลได้ 42 แห่ง เป็นต้น ทั้งนี้ David & Sutton (2004) ระบุว่าขนาดตัวอย่างที่เป็นภาคธุรกิจขั้นต่ำที่สามารถยอมรับทางวิชาการให้สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ต้องมีขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง

โดยผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีเพียงประมาณร้อยละ 20 ที่ไม่มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดออนไลน์ ไม่ว่าจะเว็บไซต์ หรืออีเมลเลย อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่สำคัญคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ของการตลาดออนไลน์เป็นประเด็นที่สำคัญ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งระบุว่าไม่เห็นถึงประโยชน์หรือความจำเป็นของการทำการตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มองว่าประเด็นเรื่องดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเรื่องใหม่ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสารานู (2546) ดารารัตน์ โฆสิตพิพัฒน์ (2552) ธงไชย สุรินทร์วางกูร (2554) ที่ระบุว่า การรับรู้เป็นอุปสรรคที่สำคัญของการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะกลุ่มที่รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มจะมีการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในการดำเนินการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมประยุกต์หรือยอมรับในการประยุกต์เรื่องใหม่ในการดำเนินงานธุรกิจ ดังเช่นกรณีของโรงแรมขนาดเล็กในเกาะสมุยและเกาะพะงันที่มีการประยุกต์การกำจัดขยะในการดำเนินการอันเนื่องมาจากการเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของผู้บริหาร และพนักงาน (ชูศักดิ์ ชูศรี และสุวารี นามวงศ์, 2559) หรือกรณีของการควบคุมต้นทุนทางด้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือและความเข้าใจของบุคลากรภายในโรงแรม (ชัยนันต์ ไชยเสน, 2559)

ทั้งนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่าธุรกิจที่มีการพัฒนาข้อมูลเพื่อสื่อสารออนไลน์จะมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเชื่อมต่อกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจจะเกิดจากการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มจะช่วยเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายแบบออนไลน์ได้ดีขึ้น รวมถึงถึงผู้ที่มีการดำเนินการออนไลน์แล้วจะมีทัศนคติที่ดีต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มและมีความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาข้างต้นที่ว่า การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อธุรกิจใดดำเนินการตลาดออนไลน์และรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจึงส่งผลต่อทัศนคติที่ดีและความต้องการที่จะเชื่อมต่อกับระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ที่ Ajzen (1991) ได้กล่าวว่าการมีทัศนคติที่ดีจะส่งผลต่อความมุ่งมั่นตั้งใจในการกระทำในด้านนั้น ซึ่งผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจของบุคลากรที่ต้องมีการสร้างการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรต่อ

เป้าหมายขององค์กร (วศิน เพชรพงษ์พันธ์, 2561) ทั้งนี้ ผลการวิจัยในส่วนนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Weng et al. (2018) ที่ประยุกต์ใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ในการศึกษาเกี่ยวกับประยุกต์ใช้ระบบออนไลน์ของครู ซึ่งพบว่าทัศนคติคือปัจจัยสำคัญของการยอมรับต่อสิ่งใหม่ เช่นเดียวกับกับงานของ Nair & Das (2012) ที่พบว่ามุมมองที่ดี ๆ ต่อเครื่องมือออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนๆ นั้นยอมรับและยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการดำเนินการเกี่ยวกับระบบดิจิทัล โดยเฉพาะความง่ายและสะดวกในการใช้งาน ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่พบว่าธุรกิจโรงแรมต้องการระบบที่ใช้งานง่ายและสะดวก

ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาที่สำคัญของธุรกิจโรงแรมที่พักในจังหวัดกระบี่ที่ไม่ได้ดำเนินการใช้สื่อออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจ คือ ไม่มีความจำเป็นที่ต้องดำเนินการ ประกอบกับผลการวิจัยพบว่าธุรกิจที่มีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์เนื่องจากการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ดังนั้น เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่มีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น ควรเร่งสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์หรือจัดทำกรณีศึกษาของธุรกิจที่ดำเนินการธุรกรรมออนไลน์แล้วประสบความสำเร็จเพื่อสื่อสารให้กับธุรกิจอื่นต่อไป

2. ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่มีการดำเนินการธุรกรรมออนไลน์และมีความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยระบุว่าต้องการให้สามารถใช้งานได้ง่าย มีค่าใช้จ่ายต่ำ นำเสนอข้อมูลแบบ Real time มีช่องทางการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และมีข้อมูลครบถ้วน ดังนั้น ในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผู้พัฒนาควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านนี้

3. เนื่องจากทัศนคติต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นปัจจัยสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการควรให้ความสำคัญกับการสร้างทัศนคติที่ดีต่อระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม เนื่องจากทัศนคติที่ดีจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะซื้อหรือใช้บริการ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการต้องสื่อสารข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินการภายใต้ศูนย์ความเป็นเลิศด้านธุรกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับทุนพัฒนาศูนย์ความเป็นเลิศจากสถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และได้รับสนับสนุนงบประมาณวิจัยทุนมุ่งเป้าจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานในศูนย์ความเป็นเลิศด้านธุรกิจท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่ให้การสนับสนุน กำลังใจและคำปรึกษาที่มีคุณค่า ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยและให้

กำลังใจผู้วิจัยมาโดยตลอด ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบรรดากัลยาณมิตรหลายท่านที่มีได้เอ่ยนามที่ทำให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยด้วยความจริงใจเสมอมา

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>
- ชูศักดิ์ ชูศรี และสุวารี นามวงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการขยะของโรงแรมขนาดเล็ก: กรณีศึกษา เกาะสมุย เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 12(1), 91 – 118.
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2559). ประเด็นท้าทายและแนวทางประสบความสำเร็จในการควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่มในธุรกิจโรงแรม. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 12(1), 23 - 45.
- ดารารัตน์ โฆษิตพิพัฒน์. (2552). การพัฒนากลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2(1), 14 – 27.
- ธงไชย สุรินทร์วรานุ. (2554). การวิเคราะห์หาแนวทางเพื่อพัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ธาดาธิเบศร์ ภูทอง. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแบ่งปันข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยว. วารสาร Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(2), 2077 – 2099.
- นิตยสารแบรนด์เจจ. (2561). วันที่เอไอเอส สวมบท Digital Platform for Thailand. เข้าถึงเมื่อ 23 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.brandage.com/article/3653/AIS-Digital-Platform-for-Thailand>
- ฤทัยกาญจน์ อินทร์แพง. (2556). คอลัมน์: โลกเทคโนโลยี 4 เทคโนโลยีใหม่สู่ AEC. โลกวันนี้วันสุข. 18 ตุลาคม พ.ศ. 2556. เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://library.dip.go.th/multim5/News/2556/N07666.pdf>
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2558). การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วศิน เพชรพงษ์พันธ์. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 14(1), 1 – 16.

- ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย. (2556). การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยว
อิเล็กทรอนิกส์ไทย. วารสารบริหารธุรกิจ, 36 (139), 12 – 26.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เพียร์สันอินโดไชน่า จำกัด.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์และสุชาติ ฉันทสารานู. (2546). การรับรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจการ
ท่องเที่ยวในภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 9(1), 33-49.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, สมจินตนา คุ่มภัย, ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์, สุชาติ ฉันทสารานู, และวิลาวัลย์ ดึงไทรย์ภพ.
(2558). ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่.
รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุชาติ ฉันทสารานู ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์ และณลินี ทินนาม. (2561). แนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียว
ในจังหวัดกระบี่. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2556). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561
เข้าถึงได้จาก <http://www.etcommission.go.th/article-other-topic-travel-ecommerce.html>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Anderson, D.N. (2019). *Digital Platforms, Porosity, and Panorama*. *Surveillance & Society*. 17(1/2), 14 – 20.
- Blaschke, M., Haki, Z., Aier, S. and Winter, R. (2018). *Capabilities for Digital Platform Survival: Insights from a Business-to-Business Digital Platform*. Completed Research Paper. Thirty Ninth International Conference on Information Systems, San Francisco.
- Buhalis, D. (1998). *Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry*. *Tourism Management*, 19(5), 409-421.
- de Reuver, M., Sørensen, C. and Basole, R.C. (2017). *The digital platform: a research agenda*. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124-135.
- David, M. and Sutton, C.D. (2004). *Social Sciences: The Basics*. London: Sage Publications.
- Johnson, P.A. (2003). *Exploring the Ecological Footprint of Tourism in Ontario*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Waterloo, Ontario.
- Kim, C. (2004). *E-Tourism: An Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTES) in Korea*. Organization for Economic Co-operation and Development.
- Mathwick, C., Wiertz, C. and de Ruyter, K. (2008). *Social Capital Production in a Virtual P3 Community*. *Journal of Consumer Research*. 34(6), 832 – 849.

- Mcintosh, A.J. and Prentice, C. (1999). **Affirming authenticity: Consuming cultural heritage.** *Annals of Tourism Research*, 26, 589-612.
- Mcintosh, A.J. and Siggs, A. (2010). **Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction, and Intention to Recommend.** *Journal of Travel Research*, 49, 351-364.
- Nair, I. and Das, V.M. (2012). **Using Technology Acceptance Model to assess teachers' attitude towards use of technology as teaching tool: a SEM Approach.** *International Journal of Computer Applications*, 42(2), 1 – 6.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2000). **Realizing the Potential of Electronic Commerce for SMEs in the Global Economy, Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers.** Italy.
- Patterson, T.M., Niccolucci, V. and Bastianoni, S. (2007). **Beyond “More Is Better: Ecological Footprint Accounting for Tourism and Consumption in Val di Merse, Italy.** *Ecological Economics*, 62, 747-756.
- Pongsakornrunsilp, S., and Schroeder, J. (2011). **Understanding Value Co-creation in a Co-Consuming Brand Community.** *Marketing Theory*, 11 (3), 303 - 24.
- Weng, F., Yang, R.J., Ho, H.J., and Su, H.M., (2018). **A TAM-Based Study of the Attitude towards Use Intention of Multimedia among School Teachers.** *Applied System Innovation*, 36(1), 1 – 9.
- World Tourism Organization. (2001). **E-business for Tourism, Practice Guideline for Tourism Destination and Business.**
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** 3rd ed. New York: Harper and. Row Publication.