



รายงานผลการวิจัย

การใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ
ในประเทศไทย: ปัญหาและแนวโน้ม
(The Utilization of the Internet in Promoting the Business of Hotels
and Resorts in Thailand: Challenges and Trend)

โดย

ดร. ประจิต หาว์ตร

ศรัณย์ ชูเกียรติ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2544

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณเจ้าของ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ขอขอบคุณคุณวิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลซึ่งรวมทั้งชื่อและที่อยู่ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ ขอขอบคุณฝ่ายวิจัย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสำหรับการสนับสนุนเงินอุดหนุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำงานวิจัยนี้

ดร.ประจิต หาวັตร

ศรัณย์ ชูเกียรติ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ _____	ก
สารบัญ _____	ข
สารบัญตาราง _____	จ
บทคัดย่อ _____	ฉ
บทที่ 1 บทนำ _____	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา _____	1
1.2 วัตถุประสงค์ _____	1
1.3 ประโยชน์ของโครงการวิจัย _____	2
1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง _____	2
1.5 สมมติฐานของการวิจัย _____	2
1.6 วิธีดำเนินการวิจัย _____	3
1.6.1 ข้อมูลที่เก็บ _____	3
1.6.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล _____	4
1.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล _____	5
บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม _____	6
2.1 จำนวนห้องพัก _____	6
2.2 จำนวนพนักงาน _____	7
2.3 มูลค่าทรัพย์สินถาวร _____	7
2.4 อัตราการเข้าพัก _____	8
2.5 ลักษณะของธุรกิจ _____	8
2.6 ลักษณะการบริหารงาน _____	9
2.7 กลยุทธ์หลัก _____	9
2.8 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย _____	10
2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ _____	13

บทที่ 3 ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักต่างอากาศ	16
3.1 การใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	16
3.2 การใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต	17
3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต	17
3.4 ช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	21
3.5 การใช้โฮมเพจ	22
3.6 การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์	24
3.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์	24
3.8 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์	28
3.9 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ	30
3.10 วัตถุประสงค์ของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ	31
3.11 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ	34
3.12 ประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากการใช้อินเทอร์เน็ต	37
บทที่ 4 สาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	42
บทที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	49
5.1 ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	49
การทดสอบสมมติฐาน "ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	50
5.2 ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	50
การทดสอบสมมติฐาน "ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	51
5.3 ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	52
การทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	52
5.4 ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	53
การทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	53
5.5 กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	54
การทดสอบสมมติฐาน "กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	55
บทที่ 6 บทสรุป	56
บรรณานุกรม	58

ภาคผนวก _____	59
ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม _____	59
ก. อายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม _____	59
ข. ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม _____	60
ค. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม _____	60
ง. ระดับความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม _____	61
แบบสอบถาม _____	63



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1.1 ตารางสรุปการส่งตัวอย่างรวมของโครงการวิจัย.....	5
ตารางที่ 1.2 สรุปจำนวนรายและอัตราร้อยละที่ส่งตัวอย่างโดยแยกตามอัตราค่าเช่าที่พัก.....	5
ตารางที่ 2.1 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามจำนวนห้องพัก	6
ตารางที่ 2.2 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามจำนวนพนักงาน	7
ตารางที่ 2.3 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามมูลค่าทรัพย์สินถาวร.....	8
ตารางที่ 2.4 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามอัตราการเข้าพักของลูกค้า	8
ตารางที่ 2.5 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามลักษณะธุรกิจ	9
ตารางที่ 2.6 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามลักษณะการบริหารงาน	9
ตารางที่ 2.7 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามกลยุทธ์หลัก	10
ตารางที่ 2.8 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อลูกค้าทั้งหมด.....	10
ตารางที่ 2.9 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ประเภทนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมด.....	11
ตารางที่ 2.11 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของโรงแรม ประเภทนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมด	12
ตารางที่ 2.12 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรม ประเภทกลุ่มประชุม อบรม สัมมนาต่อลูกค้าทั้งหมด.....	12
ตารางที่ 2.13 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปี ที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกต้อนรับห้องพัก.....	13
ตารางที่ 2.14 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปี ที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกบัญชีและการเงิน	14
ตารางที่ 2.15 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปี ที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของแผนกภัตตาคาร	14
ตารางที่ 2.16 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปี ที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานของแผนกอื่น ๆ.....	15
ตารางที่ 3.1 จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ จำแนกตามการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะต่าง ๆ	16
ตารางที่ 3.2 บริษัท ISP ที่โรงแรมและที่พักตากอากาศใช้บริการ.....	17
ตารางที่ 3.3 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจ	18
ตารางที่ 3.4 ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้า ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	18
ตารางที่ 3.5 ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่น ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	19

หน้า จ

ตารางที่ 3.6 ความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อตามนโยบายของโรงแรมในเครือ ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	19
ตารางที่ 3.7 ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการรองรับความต้องการของลูกค้า ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	20
ตารางที่ 3.8 ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับลูกค้า ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	20
ตารางที่ 3.9 ความสำคัญของวัตถุประสงค์เนื่องจากเห็นประโยชน์จากรูทิกอื่น ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต.....	21
ตารางที่ 3.10 ช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	22
ตารางที่ 3.11 จำนวนกิจการที่มี-ไม่มีโฮมเพจ จำแนกตามที่ใช้เก็บโฮมเพจ	22
ตารางที่ 3.12 บุคลากรที่ใช้พัฒนาโฮมเพจ	23
ตารางที่ 3.13 บุคลากรที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจ.....	24
ตารางที่ 3.14 จำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์.....	24
ตารางที่ 3.15 สรุปรววัตถุประสงค์สำคัญของกิจการในการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์.....	25
ตารางที่ 3.16 ระดับความสำคัญของการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม ...	25
ตารางที่ 3.17 ระดับความสำคัญของการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้าของโรงแรม	26
ตารางที่ 3.18 ระดับความสำคัญของการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ติดต่อกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง	26
ตารางที่ 3.19 ระดับความสำคัญของการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ติดต่อกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครือ.....	27
ตารางที่ 3.20 ระดับความสำคัญของการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ติดต่อกับพนักงานภายในองค์กร... ..	27
ตารางที่ 3.21 สรุปรปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์.....	28
ตารางที่ 3.22 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง	29
ตารางที่ 3.23 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่	29
ตารางที่ 3.24 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน.....	30
ตารางที่ 3.25 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อย	30
ตารางที่ 3.26 จำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ	31
ตารางที่ 3.27 สรุปรวัตถุประสงค์สำคัญในการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ.....	31
ตารางที่ 3.28 ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม	32
ตารางที่ 3.29 ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์	32
ตารางที่ 3.30 ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อรับจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต	33
ตารางที่ 3.31 ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต.....	33
ตารางที่ 3.32 ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร	34
ตารางที่ 3.33 สรุปรปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ.....	34
ตารางที่ 3.34 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง	35
ตารางที่ 3.35 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่	35
ตารางที่ 3.36 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน	36
ตารางที่ 3.37 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อย	36

ตารางที่ 3.38 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล.....	37
ตารางที่ 3.39 สรุประดับประโยชน์ที่ได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจการ	38
ตารางที่ 3.40 ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใหม่.....	38
ตารางที่ 3.41 ระดับของประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อลูกค้า	39
ตารางที่ 3.42 ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการติดต่อบริษัทที่เกี่ยวข้อง	39
ตารางที่ 3.43 ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการติดต่อบริษัทในเครือ	40
ตารางที่ 3.44 ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการติดต่อภายในองค์กร.....	40
ตารางที่ 3.45 สัดส่วนของลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อลูกค้าทั้งหมด.....	41
ตารางที่ 3.46 สัดส่วนของลูกค้าใหม่ที่หาเพิ่มได้ต่อลูกค้าที่มีอยู่ก่อนใช้อินเทอร์เน็ต	41
ตารางที่ 4.1 สาเหตุที่กิจการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	42
ตารางที่ 4.2 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ขาดบุคลากรที่มีทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต"	43
ตารางที่ 4.3 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"เข้าใจว่าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก"	43
ตารางที่ 4.4 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ไม่มั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน"	44
ตารางที่ 4.5 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"คาดว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้อยู่มีน้อย".....	44
ตารางที่ 4.6 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ขาดแคลนเงินทุน"	45
ตารางที่ 4.7 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต"	45
ตารางที่ 4.8 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"	46
ตารางที่ 4.9 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"พอใจอัตราการเข้าพักที่เป็นอยู่"	46
ตารางที่ 4.10 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"พอใจช่องทางการจำหน่ายที่ใช้อยู่"	47
ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล"	47
ตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ไม่เข้าใจประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรม"	48
ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก	
"ในพื้นที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต"	48
ตารางที่ 5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาห้องพักกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ	49
ตารางที่ 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งของโรงแรมกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ	51

หน้า ซ

ตารางที่ 5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการบริหารกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ	52
ตารางที่ 5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ	53
ตารางที่ 5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์หลักของโรงแรมกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ.....	54
ตาราง ก อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตาราง ข ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
ตาราง ค วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
ตาราง ง สาขาวิชาระดับปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	61
ตาราง จ สาขาวิชาระดับสูงกว่าปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
ตาราง ฉ ความรู้ความเข้าใจด้านทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	61
ตาราง ช ความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรม.....	62
ตาราง ซ การมีส่วนในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กร	62



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศในประเทศไทยเพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะการใช้ ประโยชน์ ปัญหาและอุปสรรคของการใช้ การวิจัยนี้พบว่า จำนวนกิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ต ปรอชนี้อิเล็กทรอนิกส์ และเวปไซด์ไวต์เว็บ มีจำนวนมากกว่ากิจการที่ไม่ใช้ ปัจจัยที่สำคัญ 3 อันดับแรกในการใช้อินเทอร์เน็ตคือ เพื่อต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า ในส่วนของรูปแบบการใช้ปรอชนี้อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม และเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ส่วนใหญ่คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ และการที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง ส่วนวัตถุประสงค์สำคัญที่กิจการใช้เวปไซด์ไวต์เว็บคือ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม เพื่อให้บริการลูกค้าในการรับจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อเป็นบริการให้แก่ลูกค้าแขกพักของโรงแรม ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการใช้เวปไซด์ไวต์เว็บ คือ ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก รวมทั้งขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งานด้วย

ทางด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่สำคัญได้แก่ ช่วยในการหาตลาดใหม่ ๆ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวนอกจากนี้ยังพบว่าอินเทอร์เน็ตช่วยให้กิจการมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 3-10% ของจำนวนลูกค้าเดิมก่อนการใช้อินเทอร์เน็ต

ในกิจการโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจนั้นมีสาเหตุที่สำคัญคือ ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต มีความเข้าใจว่าต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และขาดความมั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ราคาห้องพัก ที่ตั้ง (อยู่ในกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด) ลักษณะการบริหารงาน (บริหารงานโดยมีอาชีพหรือเจ้าของ) ลักษณะธุรกิจ (เป็นโรงแรมในเครือของคนไทย ในเครือของต่างประเทศ หรือไม่มีเครือขายธุรกิจ) กลยุทธ์หลัก (กลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการหรือกลยุทธ์ด้านราคา) ของโรงแรมล้วนมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

โดยทั่วไปอินเทอร์เน็ตถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยให้กิจการสามารถขยายขอบเขตของการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเนื่องจากผู้ที่สนใจในสินค้าและบริการสามารถดูข้อมูลและในบางกรณีสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าและบริการโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ไม่ว่าบุคคลเหล่านั้นจะอยู่ที่ใดในโลก ธุรกิจท่องเที่ยวก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก เช่น ในการจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก หรือเพื่อใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามสำหรับประเทศไทยซึ่งการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ¹ ในปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นยังมีอยู่น้อยโดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งไม่ได้เป็นธุรกิจที่มีเครือข่าย เช่น ลักษณะของการเป็นบริษัทย่อยหรือบริษัทในเครือของธุรกิจโรงแรมของต่างประเทศซึ่งช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ การใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้โรงแรมและที่พักตากอากาศขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการเข้าถึงผู้ที่จะเป็นลูกค้าได้มากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

โครงการวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาถึง

1. ลักษณะและรูปแบบของการใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว โดยเน้นที่โรงแรมและที่พักตากอากาศ
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศในประเทศไทย
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้และปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พบในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ
4. ปัญหาและแนวโน้มที่จะใช้สำหรับรายที่ยังไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต

¹ ตามรายงานสถิติประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีจำนวนถึง 270,000 และ 242,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2542 และ 2541 ตามลำดับ

1.3 ประโยชน์ของโครงการวิจัย

1. การวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงสภาพการใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศ ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการนำอินเทอร์เน็ตไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ทั้งที่เป็นธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศและธุรกิจอื่น ๆ ด้วย
2. สิ่งที่ได้จากการวิจัยนี้อาจนำไปสู่การสร้างสมมติฐานในการวิจัยอื่น ๆ ได้ เช่น ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งจะเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านนี้
3. ผลของการวิจัยนี้ซึ่งรวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนและแก้ปัญหาของหน่วยงานของทางการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติและที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย และโรงแรมต่าง ๆ

1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งคือนักท่องเที่ยวเท่านั้น ทำให้ขาดการศึกษาด้านผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น Bonn, Furr และ Susskind, 1999 ซึ่งศึกษาถึงลักษณะของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้ คือ (1) เป็นผู้จบการศึกษาอย่างต่ำในระดับอนุปริญญาและเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ (2) อายุต่ำกว่า 45 ปี (3) อัตราการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต และ (4) ในช่วงที่ท่องเที่ยวแต่ละวันนั้นผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจ่ายเงินมากกว่าผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ การศึกษาโดยสมาคมการท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา (Travel Industry Association of America, 1997) ก็เป็นการศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศในประเทศไทยโดยตั้งเป็นสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
2. ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

3. ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
4. ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
5. กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

1.6 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการนี้เป็นโครงการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรม ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต อุปสรรคและปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ต ในการดำเนินการวิจัยนี้ ทางกลุ่มผู้วิจัยพิจารณาถึงข้อมูล และดำเนินขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.6.1 ข้อมูลที่เก็บ

ข้อมูลที่เก็บแบ่งออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ

1.) ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและที่พักตากอากาศ

- 1.1.) ข้อมูลทั่วไป เพื่อแบ่งแยกขนาดและประเภทตามลักษณะของโรงแรมและที่พักตากอากาศ เช่น จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน มูลค่าของที่ดินอาคาร และอุปกรณ์ อัตราการเข้าพัก สถานที่ตั้ง และลักษณะการดำเนินกิจการว่าเป็นโรงแรมที่มีเครือข่ายทางธุรกิจหรือไม่
- 1.2.) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการดำเนินกิจการในปัจจุบัน เช่น ระบบในการรับจองห้องพัก ระบบบัญชีและการเงิน
- 1.3.) มีการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันหรือไม่

2.) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต (กรณีที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตแล้วในปัจจุบัน) ว่ามีการใช้งานในระดับใด และในงานใด เช่น ใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ที่ฝ่ายการตลาดใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า หรือ ใช้เว็บเพจในการประชาสัมพันธ์โรงแรมกับลูกค้า หรือใช้เว็บเพจช่วยอำนวยความสะดวกลูกค้าในการจองห้องพักของทางโรงแรม เป็นต้น

3.) เหตุผลที่ไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ต (กรณีที่ยังไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน) เช่น ขาดความพร้อมทางด้านเครื่องมือ บุคลากร เงินทุน หรือ อาจเห็นว่าไม่จำเป็นเนื่องจากอัตราการเข้าพักอยู่ในระดับที่น่าพอใจแล้ว เป็นต้น

4.) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ การศึกษา ทัศนคติ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

1.6.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มประชากรที่สนใจศึกษา คือ โรงแรมและที่พักตากอากาศในเขตภาคกลางและชายฝั่งตะวันออก ซึ่งเป็นเขตที่มีการท่องเที่ยวในระดับที่สูงพอสมควร และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ค่อนข้างมาก

การเก็บข้อมูลแบ่งออกได้เป็น 2 ชั้น ในชั้นแรกเป็นการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปสร้างแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยการสุ่มตัวอย่างจากทุกช่วงอัตราค่าเช่ารวมทั้งหมดจำนวน 40 รายในกรุงเทพมหานคร ในชั้นที่สอง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบตอบเอง (Self-administered questionnaires) โดยส่งทางไปรษณีย์และได้แบบของติดแถมปีสำหรับตอบกลับมายังผู้วิจัยให้แก่ผู้ตอบด้วย ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้จะมีคำถามทั้งแบบปลายเปิดและแบบปลายปิด ในกรณีที่อัตราการตอบกลับต่ำ จะมีการติดตามดูว่ารายใดยังไม่ได้ตอบแล้วส่งแบบสอบถามให้เป็นการครั้งที่ 2

ในการสุ่มตัวอย่าง มีการอบการสุ่ม (Sampling Frame) คือ รายชื่อโรงแรมและที่พักตากอากาศจาก Accommodation Guide-Bangkok และ Accommodation Guide-The Central Plains and The East Coast² ที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเลือกเฉพาะที่มีอัตราค่าพักสูงสุดมากกว่า 500 บาทต่อวัน มาทำการศึกษา เฉพาะโรงแรมและที่พักตากอากาศที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจะทำการศึกษาทั้งหมดรวมจำนวน 236 ราย แต่โรงแรมและที่พักตากอากาศที่อยู่ในต่างจังหวัดมีเกณฑ์การสุ่มโดย ในระดับอัตราค่าห้องพักแต่ละระดับที่มีจำนวนมากกว่า 40 รายเลือกเพียง 50% แต่ถ้าน้อยกว่า 40 ราย เลือก 100% แต่ไม่เกิน 20 ราย ทำให้ส่วนของต่างจังหวัดสุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 362 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 58 ของโรงแรมต่างจังหวัดที่มีอัตราค่าพักสูงสุดมากกว่า 500 บาทต่อวัน) จากโรงแรมต่างจังหวัดทั้งหมด 1,084 แห่ง ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างที่ใหญ่กว่าขนาดตัวอย่างที่คำนวณจากระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) 95% ซึ่งเท่ากับ 278 ตัวอย่าง สำหรับจำนวนประชากร 2,000 หน่วย⁴

2 หนังสือ Accommodation Guide - The Central Plains and The East Coast ที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีที่อยู่และข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและที่พักต่างอากาศของ 10 จังหวัดที่สำคัญในพื้นที่นี้ คือ จังหวัดอยุธยา จันทบุรี ชลบุรี กาญจนบุรี นครนายก เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ราชบุรี ตรัง และระยอง

3 ได้มีการสุ่มสอบถามถึงการใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศในกรุงเทพมหานครที่มีอัตราค่าพักสูงสุดต่ำกว่า 500 บาทต่อวัน จำนวน 10 รายแล้วพบว่าไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ต

4 จาก Zikmund, William G. *Business Research Methods*, 5th edition, Fort Worth: Dryden, 1997, p. 477

ตารางที่ 1.1

ตารางสรุปการส่งตัวอย่างรวมของโครงการวิจัย

เขต	โรงแรมทั้งหมด	โรงแรมที่อัตราค่าเช่าห้องพักสูงสุดเกิน 500 บาท	การสุ่มตัวอย่าง	
			จำนวน	%
กรุงเทพ	316	236	236	100
ภาคกลางและชายฝั่งตะวันออก	1,084	628	362	58
รวม	1,400	864	598	69

นอกจากนี้ยังมีการแยกตามอัตราค่าเช่าห้องพักเป็น 2 ระดับ ตามรายละเอียดสรุปในตารางที่ 2 คือ

1. อัตราค่าเช่าห้องพักสูงสุดมากกว่า 500 บาทต่อวันถึงอัตราค่าเช่าห้องพักต่ำสุดไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน (L-1)
2. อัตราค่าเช่าห้องพักต่ำสุดตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไปต่อวัน

ตารางที่ 1.2

สรุปจำนวนรายและอัตราร้อยละที่สุ่มตัวอย่างโดยแยกตามอัตราค่าเช่าที่พัก

ช่วงอัตราค่าเช่าที่พัก (บาท/วัน)	กรุงเทพ	ภาคกลางและชายฝั่งตะวันออก		
	จำนวนรวม (เลือก 100 %)	จำนวนรวม	จำนวนตัวอย่าง	%
500-2,000	95	586	320	55
2,001 ขึ้นไป	141	42	42	100
รวม	236	628	362	58

1.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับจะมีทั้งข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลจึงวิเคราะห์ตามแต่ละประเภทของข้อมูล โดยข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์สรุปแยกตามเนื้อหาของคำตอบออกเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น ปัญหาที่พบและประโยชน์ที่ได้รับว่ามีอะไรบ้าง แล้วสรุปจำนวนรวมในแต่ละประเภท ส่วนข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณจะมีการนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ค่า Chi-square ในการทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม

ในบทนี้จะกล่าวถึงขนาดและลักษณะการดำเนินงานของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปก่อนที่จะได้ทราบถึงการใช่และไม่ใช่อินเทอร์เน็ตของกิจการเหล่านี้ในบทต่อไป ข้อมูลทั่วไปในบทนี้ประกอบด้วย จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน มูลค่าทรัพย์สินถาวร อัตราการเข้าพัก ลักษณะการบริหารงาน กลยุทธ์หลัก สัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกต่าง ๆ

2.1 จำนวนห้องพัก

โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนห้องพักที่แตกต่างกันอย่างมาก กล่าวคือ มีตั้งแต่กิจการที่มีห้องพักเพียง 13 ห้องจนถึงที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 2,000 ห้อง ซึ่งจากแบบสอบถาม โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับหนึ่งคือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักอยู่ระหว่าง 201-500 ห้อง โดยมีจำนวน 39 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.77 อันดับสองคือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักอยู่ระหว่าง 101-200 ห้อง มีจำนวน 29 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.14 และอันดับสามคือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักอยู่ระหว่าง 13-50 ห้อง มีจำนวน 27 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.61 ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามจำนวนห้องพัก

จำนวนห้องพัก	จำนวนราย	ร้อยละ
13 - 50	27	20.61
51 - 100	26	19.85
101 - 200	29	22.14
201 - 500	39	29.77
501 - 1000	6	4.58
1001 - 2000	1	0.76
> 2000	1	0.76
ไม่ตอบ	2	1.53
รวม	131	100.00

2.2 จำนวนพนักงาน

จากแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับหนึ่งคือ โรงแรมที่มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 3-50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.88 (47 แห่ง) อันดับสองคือ โรงแรมที่มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 51-100 คน และโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 101-200 คนซึ่งมีจำนวน 25 แห่งเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.08 ดังแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวนราย	ร้อยละ
3 – 50	47	35.88
51 – 100	25	19.08
101 – 200	25	19.08
201 – 500	16	12.21
501 – 1000	14	10.69
> 1000	1	0.76
ไม่ตอบ	3	2.29
รวม	131	100.00

2.3 มูลค่าทรัพย์สินถาวร

มูลค่าทรัพย์สินถาวรของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามมีตั้งแต่ 160,000 บาทถึง 4,600 ล้านบาท โรงแรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรตั้งแต่ 11 ล้านถึง 100 ล้านบาทมีจำนวนรายของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 30 แห่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นจำนวนโรงแรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรตั้งแต่ 101 ล้านถึง 500 ล้านบาทจำนวน 22 แห่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.8 ของกิจการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามมูลค่าทรัพย์สินถาวร

มูลค่าทรัพย์สินถาวร (ล้านบาท)	จำนวนราย	ร้อยละ
0.16-10	5	3.8
11-100	30	22.9
101-500	22	16.8
501-1,000	12	9.2
1,000-2,000	2	1.5
2,000-4,600	2	1.5
ไม่ตอบ	58	44.3
รวม	131	100.0

2.4 อัตราการเข้าพัก

โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ โรงแรมที่มีอัตราการเข้าพักของลูกค้า 51-70% มีจำนวน 50 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือ โรงแรมที่มีอัตราการเข้าพักของลูกค้า 31-50% มีจำนวน 34 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.1 ดังแสดงในตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามอัตราการเข้าพักของลูกค้า

อัตราการเข้าพัก (%)	จำนวนราย	ร้อยละ
10-30	12	10.6
31-50	34	30.1
51-70	50	44.2
71-90	17	15.0
รวม	113	100.0

2.5 ลักษณะของธุรกิจ

โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่ไม่มีเรือเช่าทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 67.2 (88 แห่ง) รองลงมาเป็นโรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมคนไทย คิดเป็นร้อยละ 26.0 (34 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวนราย	ร้อยละ
ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ	88	67.2
อยู่ในเครือโรงแรมต่างประเทศ	8	6.1
อยู่ในเครือโรงแรมคนไทย	34	26.0
อื่น ๆ	1	0.8
รวม	131	100.0

2.6 ลักษณะการบริหารงาน

โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีการบริหารงานโดยเจ้าของคือเป็นร้อยละ 66.4 (87 แห่ง) และเป็นโรงแรมที่มีลักษณะการบริหารงานโดยมืออาชีพคิดเป็นร้อยละ 33.6 (44 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามลักษณะการบริหารงาน

ลักษณะการบริหารงาน	จำนวนราย	ร้อยละ
โดยเจ้าของ	87	66.4
โดยมืออาชีพ	44	33.6
รวม	131	100.0

2.7 กลยุทธ์หลัก

โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ด้านความแตกต่างในการบริการ คือคิดเป็นร้อยละ 77.1 (101 แห่ง) และใช้กลยุทธ์ด้านราคาคิดเป็นร้อยละ 13.7 (18 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7
จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
แบ่งตามกลยุทธ์หลัก

กลยุทธ์หลักของโรงแรม	จำนวนราย	ร้อยละ
กลยุทธ์ด้านราคา	18	13.7
กลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการ	101	77.1
อื่น ๆ	10	7.6
ไม่ตอบ	2	1.5
รวม	131	100.0

2.8 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในการวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสัดส่วนของลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมและที่พักตากอากาศซึ่งสรุปได้เป็นสัดส่วนของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักธุรกิจชาวไทย นักธุรกิจต่างประเทศ และกลุ่มประชุม อบรม สัมมนา ต่อลูกค้าทั้งหมด ดังตารางที่ 2.8, 2.9, 2.10, 2.11 และ 2.12 ตามลำดับ

จากการสำรวจสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อลูกค้าทั้งหมด พบว่า ร้อยละ 61.1 (55 แห่ง) ของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 1-20 รองลงมาร้อยละ 14.4 (13 แห่ง) มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 21-40 ดังแสดงในตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราส่วนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวนราย	ร้อยละ
1-20	55	61.1
21-40	13	14.4
41-60	5	5.6
61-80	8	8.9
81-100	9	0.1
รวม	90	100.0

ทางด้านสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรมและที่พักตากอากาศประเภทนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมด พบว่า ร้อยละ 29.3 (36 แห่ง) ของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 1-20 รองลงมา ร้อยละ 23.6 (29 แห่ง) มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 40-60 ดังแสดงในตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประเภทนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราส่วนร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวนราย	ร้อยละ
1-20	36	29.3
21-40	24	19.5
41-60	29	23.6
61-80	20	16.3
81-100	14	11.4
รวม	123	100.0

จากจำนวนของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่แบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักธุรกิจชาวไทยต่อลูกค้าทั้งหมดพบว่า ร้อยละ 80.0 (44 แห่ง) ของโรงแรมมีนักธุรกิจชาวไทยเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 1-20 รองลงมาคือร้อยละ 10.9 (6 แห่ง) มีนักธุรกิจชาวไทยเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 21-40 ดังแสดงในตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักธุรกิจชาวไทยต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราส่วนร้อยละของนักธุรกิจชาวไทย	จำนวนราย	ร้อยละ
1-20	44	80.0
21-40	6	10.9
41-60	5	9.1
รวม	55	100.0

จากการสำรวจเรื่องสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมและที่พักตากอากาศประเภทนักธุรกิจต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมดพบว่า ร้อยละ 49.3 (37 แห่ง) ของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีนักธุรกิจต่างประเทศเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 1-20 รองลงมา ร้อยละ 33.3 (25 แห่ง) มีนักธุรกิจต่างประเทศเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 21-40 ดังแสดงในตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตาม สัดส่วนของกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของโรงแรม ประเภทนักรักต่างประเทศต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราส่วนร้อยละของนักรักต่างประเทศ	จำนวนราย	ร้อยละ
1-20	37	49.3
21-40	25	33.3
41-60	8	10.7
61-80	4	5.3
81-100	1	1.3
รวม	75	100.0

สำหรับสัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรมและที่พักตากอากาศประเภทกลุ่มประชุม อบรม สัมมนา ต่อลูกค้าทั้งหมด จะเห็นว่า ร้อยละ 72.9 (51 แห่ง) ของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีกลุ่มประชุม อบรม สัมมนาเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 1-20 รองลงมาร้อยละ 21.4 (15 แห่ง) มีกลุ่มประชุม อบรม สัมมนาเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงร้อยละ 21-40 ดังแสดงในตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12

สัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรม ประเภทกลุ่มประชุม อบรม สัมมนาต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราส่วนร้อยละของลูกค้าประเภท กลุ่มประชุม อบรม สัมมนา	จำนวนราย	ร้อยละ
1-20	51	72.9
21-40	15	21.4
41-60	2	2.9
61-80	2	2.9
รวม	70	100.0

2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ

ในการวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ แผนกเหล่านี้ได้แก่ แผนกรับจองห้องพัก แผนกบัญชีและการเงิน แผนกภัตตาคารและแผนกอื่น ๆ ดังตารางที่ 2.13, 2.14, 2.15 และ 2.16 ตามลำดับ

จากการสำรวจจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกรับจองห้องพักของโรงแรมและที่พักตากอากาศ จะเห็นว่าโรงแรมที่ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งหนึ่งมีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกรับจองห้องพักมาแล้วเป็นเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 46.7 (43 แห่ง) ส่วนโรงแรมที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกรับจองห้องพักมาแล้วเป็นเวลา 6-10 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกันคือเป็นร้อยละ 45.7 (42 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.13

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกรับจองห้องพัก

จำนวนปีที่ใช้คอมพิวเตอร์	จำนวนราย	ร้อยละ
5 ปีหรือต่ำกว่า	43	46.7
6-10	42	45.7
11-15	4	4.3
16-20	3	3.3
รวม	92	100.0

ส่วนจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกบัญชีและการเงินของโรงแรมและที่พักตากอากาศนั้น โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกบัญชีและการเงินมาแล้วเป็นเวลา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.8 (44 แห่ง) รองลงมาที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกบัญชีและการเงินมาแล้วเป็นเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 43.5 (40 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.14

ตารางที่ 2.14

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกบัญชีและการเงิน

จำนวนปีที่ใช้คอมพิวเตอร์	จำนวนราย	ร้อยละ
5 ปีหรือต่ำกว่า	40	43.5
6-10	44	47.8
11-15	5	5.4
16-20	3	3.3
รวม	92	100.0

จำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกภัตตาคารของโรงแรมและที่พักตากอากาศ สรุปได้ว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกภัตตาคารมาแล้วเป็นเวลา 6-10 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 (30 แห่ง) รองลงมามีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกภัตตาคารมาแล้วเป็นเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 36.4 (20 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.15

ตารางที่ 2.15

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของแผนกภัตตาคาร

จำนวนปีที่ใช้คอมพิวเตอร์	จำนวนราย	ร้อยละ
5 ปีหรือต่ำกว่า	20	36.4
6-10	30	54.5
11-15	3	5.5
16-20	2	3.6
รวม	55	100.0

และจำนวนปีที่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแผนกอื่น ๆ ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ จะเห็นว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกอื่น ๆ มาแล้วเป็นเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.8 (17 แห่ง) รองลงมามีการใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกอื่น ๆ มาแล้วเป็นเวลา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.3 (10 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 2.16

ตารางที่ 2.16

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศแบ่งตามจำนวนปีที่ได้ใช้
คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานของแผนกอื่น ๆ

จำนวนปีที่ใช้คอมพิวเตอร์	จำนวนราย	ร้อยละ
5 ปีหรือต่ำกว่า	17	54.8
6-10	10	32.3
11-15	2	6.5
16-20	2	6.5
รวม	31	100.0



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักต่างอากาศ

ในบทนี้จะกล่าวถึงลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของกิจการในด้าน (3.1) การใช้และไม่ใช้ (3.2) การใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต (3.3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต (3.4) ช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (3.5) การใช้โฮมเพจ (3.6) การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (3.7) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (3.8) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) (3.9) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ (WWW) (3.10) วัตถุประสงค์ของการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ (3.11) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ และประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

3.1 การใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 131 แห่งมีกิจการที่นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจจำนวนมากกว่ากิจการที่ไม่ใช้ไม่ว่าจะเป็นบริการด้านอินเทอร์เน็ตไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และเว็ลด์ไวด์เว็บ โดยจำนวนกิจการที่นำบริการเหล่านี้มาใช้มีจำนวน 86, 81 และ 72 แห่ง ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 66, 62 และ 55 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

จำนวนและอัตราร้อยละของโรงแรมและที่พักตากอากาศ
จำแนกตามการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะต่าง ๆ

	ใช้/มี		ไม่ใช้/ไม่มี	
	จำนวนราย	ร้อยละ	จำนวนราย	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	86	66	45	34
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	81	62	50	38
เว็ลด์ไวด์เว็บ	72	55	59	45

3.2 การใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต

บริษัทผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider-- ISP) ที่โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามใช้บริการ จะเห็นว่าบริษัท KSC และ Loxley มีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุดและเป็นจำนวนที่เท่ากันคือ 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.28 ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

บริษัท ISP ที่โรงแรมและที่พักตากอากาศใช้บริการ

บริษัท ISP	จำนวนราย	ร้อยละ
KSC	14	16.28
Loxley	14	16.28
Samart	6	7.14
A NET	4	4.65
JI NET	4	4.65
Internet Thailand	3	3.49
อื่น ๆ	20	23.26
ไม่ตอบ	21	24.42
รวม	86	100.0

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

การสัมภาษณ์เบื้องต้นก่อนออกแบบคำถามในแบบสอบถามได้มีการระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจ พบว่ามีปัจจัยต่าง ๆ หลายปัจจัยซึ่งเมื่อนำปัจจัยเหล่านี้มารวมไว้ในแบบสอบถามแล้ว เมื่อได้นำผลที่ได้รับแบบสอบถามมาวิเคราะห์แล้ว ปรากฏว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นอันดับที่ 1 คือ ความต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต (คะแนนเฉลี่ย 4.31) อันดับที่ 2 คือ เพื่อรองรับตามความต้องการของลูกค้า (คะแนนเฉลี่ย 4.08) และอันดับที่ 3 คือ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (คะแนนเฉลี่ย 3.88) ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.3 การคำนวณคะแนนในตารางนี้ทำโดยให้น้ำหนักคะแนนระดับมากที่สุด = 5 คะแนน ระดับมาก = 4 คะแนน ระดับปานกลาง = 3 คะแนน ระดับน้อย = 2 คะแนน และระดับน้อยที่สุด = 1 คะแนน จะได้ผลลัพธ์ดังตาราง 5.8 ช่องคะแนนรวม และจากการนำคะแนนรวมมาเฉลี่ยด้วยจำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 86 ราย จึงได้ผลลัพธ์ดังตาราง 3.3 ช่องคะแนนเฉลี่ย ตารางอื่นที่เป็นคะแนนเกี่ยวกับความสำคัญก็ใช้วิธีการให้คะแนนและการหาค่าเฉลี่ยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 3.3

สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจ

ปัจจัย	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต	371	4.31
เพื่อรองรับตามความต้องการของลูกค้า	351	4.08
เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	334	3.88
เพื่อปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่น ๆ	276	3.21
ได้รับการแนะนำหรือเห็นประโยชน์จากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้จากธุรกิจอื่น	270	3.14
เป็นไปตามนโยบายของโรงแรมในเครือเดียวกัน	172	2.00
อื่น ๆ	18	0.21

สำหรับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตมีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.4 แสดงความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โรงแรมมีการตัดสินใจเพื่อการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 38.9 (51 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 16.8 (22 แห่ง)

ตารางที่ 3.4

ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการขยายตลาดสู่กลุ่มลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	2	1.5
ปานกลาง	8	6.1
มาก	22	16.8
มากที่สุด	51	38.9
ไม่ตอบ	3	36.6
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.5 แสดงความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่นต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โรงแรมมี

การตัดสินใจเพื่อปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 23.7 (31 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.5 (19 แห่ง)

ตารางที่ 3.5

ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่น
ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	2.3
น้อย	6	4.6
ปานกลาง	19	14.5
มาก	31	23.7
มากที่สุด	16	12.2
ไม่ตอบ	11	42.7
รวม	86	100.0

ในทำนองเดียวกัน ตารางที่ 3.6 แสดงความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อตามนโยบายของโรงแรมในเครือข่ายต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โรงแรมมีการตัดสินใจตามนโยบายของโรงแรมในเครือข่ายในระดับมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ร้อยละ 11.5 (15 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.2 (12 แห่ง)

ตารางที่ 3.6

ความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อตามนโยบายของโรงแรมในเครือ
ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	11	8.4
น้อย	7	5.3
ปานกลาง	9	6.9
มาก	15	11.5
มากที่สุด	12	9.2
ไม่ตอบ	32	58.8
รวม	86	100.0

จากตารางที่ 3.7 แสดงความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการรองรับความต้องการของลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โรง

แรมมีการตัดสินใจเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.5 (40 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 22.1 (29 แห่ง)

ตารางที่ 3.7

ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการรองรับความต้องการของลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	0.8
น้อย	2	1.5
ปานกลาง	10	7.6
มาก	29	22.1
มากที่สุด	40	30.5
ไม่ตอบ	4	37.4
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.8 แสดงความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โรงแรมมีการตัดสินใจเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 26.7 (35 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 19.1 (25 แห่ง)

ตารางที่ 3.8

ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	0.8
น้อย	5	3.8
ปานกลาง	16	12.2
มาก	25	19.1
มากที่สุด	35	26.7
ไม่ตอบ	4	37.4
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.9 แสดงความสำคัญของปัจจัยการเห็นประโยชน์จากธุรกิจอื่นต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า โรงแรมมีการตัดสินใจเนื่องจากเห็นประโยชน์จากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้

ในธุรกิจอื่นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 18.3 (24 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.3 (20 แห่ง)

ตารางที่ 3.9

ความสำคัญของวัตถุประสงค์เนื่องจากเห็นประโยชน์จากธุรกิจอื่น
ต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	2	1.5
น้อย	12	9.2
ปานกลาง	16	12.2
มาก	24	18.3
มากที่สุด	20	15.3
ไม่ตอบ	12	43.5
รวม	86	100.0

3.4 ช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จากจำนวนกิจการที่ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดจำนวน 86 ราย พบว่าช่องทางที่กิจการส่วนใหญ่ใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ การใช้โทรศัพท์ติดต่อผ่านทางบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) จำนวน 71 ราย (คิดเป็นร้อยละ 82.56 ของกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด) รองลงมาคือ มีการเช่าคู่สายที่เชื่อมต่อโดยตรงกับบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) จำนวน 17 ราย (คิดเป็นร้อยละ 19.77 ของกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด)

จากผลลัพธ์ดังกล่าวอาจเป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นว่า การใช้โทรศัพท์ติดต่อผ่านทางบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) นั้นเป็นช่องทางในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สะดวกกับธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศในประเทศไทยมากกว่าช่องทางอื่น เนื่องจากทำได้ง่าย รวดเร็วและใช้เงินลงทุนที่น้อยกว่าช่องทางอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.10

ช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ช่องทาง	จำนวนราย	ร้อยละ
ใช้โทรศัพท์ติดต่อผ่านทางบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)	71	82.56
ใช้โทรศัพท์ติดต่อผ่านทางบริษัทในเครือ	9	10.47
มีการเช่าคู่สายที่เชื่อมต่อโดยตรงกับบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)	17	19.77
มีการเช่าคู่สายที่เชื่อมต่อโดยตรงกับบริษัทในเครือ	2	1.50
ไม่แน่ใจ	5	3.80

3.5 การใช้โฮมเพจ

จากจำนวนกิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ต 86 รายนั้นพบว่า มีกิจการที่ไม่มีโฮมเพจอยู่เพียง 2 รายเท่านั้น และสำหรับกิจการที่มีโฮมเพจเป็นของตนเองนั้นพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกโดยเสียค่าบริการ มีจำนวน 44 ราย (คิดเป็นร้อยละ 51.16) รองลงมาคือใช้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกโดยไม่เสียค่าบริการ มีจำนวน 15 ราย (คิดเป็นร้อยละ 17.44) และอันดับ 3 คือ ใช้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์ของกิจการ มีจำนวน 13 ราย (คิดเป็นร้อยละ 15.12) ซึ่งการใช้บริการในอันดับ 3 นี้ใกล้เคียงกับการใช้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทในเครือ โดยมีจำนวน 12 ราย (คิดเป็นร้อยละ 13.95) ดังแสดงในตารางที่ 3.11

จากข้อมูลข้างต้นชี้ให้เห็นว่า การที่กิจการส่วนใหญ่มีการพัฒนาโฮมเพจโดยใช้บริการเว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกโดยเสียค่าบริการนั้น อาจเป็นเพราะต้องการประหยัดเงินลงทุนโดยเฉพาะในระยะแรกของการเริ่มต้นพัฒนาโฮมเพจของกิจการ แทนที่จะใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์ของกิจการเอง ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนที่สูงกว่า รวมทั้งต้องการบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถ ซึ่งยังไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

ตารางที่ 3.11

จำนวนกิจการที่มี-ไม่มีโฮมเพจ จำแนกตามที่ใช้เก็บโฮมเพจ

	จำนวนราย	ร้อยละ
ใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกโดยเสียค่าบริการ	44	51.16
ใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกโดยไม่เสียค่าบริการ	15	17.44
ใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์ของกิจการ	13	15.12
ใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทในเครือ	12	13.95
ไม่มีโฮมเพจ	2	2.33
รวม	86	100.00

ตารางที่ 3.12 แสดงถึงบุคลากรที่ใช้พัฒนาโฮมเพจของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามว่า โรงแรมและที่พักตากอากาศใช้การว่าจ้างบุคคลภายนอกในการพัฒนาโฮมเพจมากที่สุดร้อยละ 54.35 (50 คำตอบ) รองลงมาใช้พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของในการพัฒนาโฮมเพจร้อยละ 26.09 (24 คำตอบ)

โปรดสังเกตว่าคำตอบมี 92 คำตอบจากจำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจ 86 แห่ง เนื่องจากบางแห่งมีการใช้ทั้งบุคลากรภายในและการว่าจ้างบุคคลภายนอกในการพัฒนาโฮมเพจ หรือบางครั้งใช้พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของและในบางครั้งอาจว่าจ้างบุคคลภายนอก จึงเลือกทั้งสองตัวเลือก เป็นต้น

ตารางที่ 3.12
บุคลากรที่ใช้พัฒนาโฮมเพจ

บุคลากรที่ใช้พัฒนาโฮมเพจ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของ	24	26.09
ว่าจ้างบุคคลภายนอก	50	54.35
พนักงานโรงแรมในเครือ	9	9.78
อื่น ๆ	2	2.17
ไม่ตอบ	7	7.61
รวม	92	100.0

ตารางที่ 3.13 แสดงถึงบุคลากรที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามว่า โรงแรมและที่พักตากอากาศใช้การว่าจ้างบุคคลภายนอกในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจมากที่สุดร้อยละ 57.14 (52 คำตอบ) รองลงมาใช้พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของในการพัฒนาโฮมเพจร้อยละ 29.67 (27 คำตอบ)

ในทำนองเดียวกับตารางก่อนนี้คือคำตอบมี 91 คำตอบจากจำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจ 86 แห่ง เนื่องจากบางแห่งมีการใช้บุคลากรในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจมากกว่า 1 ตัวเลือกขึ้นไป เช่น บางครั้งใช้พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของและในบางครั้งอาจว่าจ้างบุคคลภายนอก จึงเลือกทั้งสองตัวเลือก เป็นต้น

ตารางที่ 3.13
บุคลากรที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจ

บุคลากรที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของ	27	29.67
ว่าจ้างบุคคลภายนอก	52	57.14
พนักงานโรงแรมในเครือ	8	8.79
อื่นๆ	3	3.30
ไม่ตอบ	1	1.10
รวม	91	100.0

3.6 การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์

จำนวนของโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามที่มีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 61.8 (81 ราย) ส่วนที่ไม่มีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 38.2 (50 ราย) จากแบบสอบถามจำนวน 131 ราย ดังแสดงในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14
จำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวนราย	ร้อยละ
ใช้	81	61.8
ไม่ใช้	50	38.2
รวม	131	100.0

3.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์

จากจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า วัตถุประสงค์สำคัญของกิจการในการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ อันดับ 1 คือ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (คะแนนเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม (คะแนนเฉลี่ย 3.91) และอันดับ 3 คือ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว (คะแนนเฉลี่ย 3.44) ดังแสดงในตารางที่ 3.15

ตารางที่ 3.15

สรุปวัตถุประสงค์สำคัญของกิจการในการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	351	4.33
เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม	317	3.91
เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว	279	3.44
เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครือ	234	2.89
เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานภายในองค์กร	166	2.05

สำหรับความสำคัญของวัตถุประสงค์สำคัญของกิจการในการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์มีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.16 แสดงระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 (39 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 20.99 (17 แห่ง)

ตารางที่ 3.16

ระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	5	6.17
น้อย	2	2.47
ปานกลาง	15	18.52
มาก	17	20.99
มากที่สุด	39	48.15
ไม่ตอบ	3	3.70
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.17 แสดงระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้าของโรงแรม พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.02 (47 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 23.46 (19 แห่ง)

ตารางที่ 3.17
ระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้าของโรงแรม

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	2	2.47
ปานกลาง	12	14.81
มาก	19	23.46
มากที่สุด	47	58.02
ไม่ตอบ	1	1.23
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.18 แสดงระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.63 (24 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 28.40 (23 แห่ง)

ตารางที่ 3.18
ระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อใช้ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	3.70
น้อย	11	13.58
ปานกลาง	24	29.63
มาก	23	28.40
มากที่สุด	18	22.22
ไม่ตอบ	2	2.47
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.19 แสดงระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครือ พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครืออยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.93 (21 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.75 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.19
ระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อใช้ติดต่อกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครือ

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	9	11.11
น้อย	14	17.28
ปานกลาง	11	13.58
มาก	21	25.93
มากที่สุด	16	19.75
ไม่ตอบ	10	12.35
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.20 แสดงระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับพนักงานภายในองค์กร พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ติดต่อกับพนักงานภายในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 (27 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.28 (14 แห่ง)

ตารางที่ 3.20
ระดับความสำคัญของการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อใช้ติดต่อกับพนักงานภายในองค์กร

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	27	33.33
น้อย	14	17.28
ปานกลาง	11	13.58
มาก	12	14.81
มากที่สุด	6	7.41
ไม่ตอบ	11	13.58
รวม	81	100.0

3.8 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

จากจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ อันดับ 1 คือ ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 ส่วนอันดับ 2 และ 3 คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งานและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมากนั้นมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ 2.69 และ 2.52 ตามลำดับ ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 3.21

ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่าปัจจัยเรื่องโรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตนั้น มีคะแนนเฉลี่ยที่ต่ำมากอาจแสดงให้เห็นถึงการกระจายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันของไทยว่าได้ครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพฯ ภาคกลางและชายฝั่งตะวันออกในระดับที่ดีพอสมควร

ตารางที่ 3.21

สรุปปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัญหาและอุปสรรค	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง	277	3.42
ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน	218	2.69
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก	204	2.52
โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต	132	1.63

สำหรับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.22 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูงในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 35.80 (29 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 24.69 (20 แห่ง)

ตารางที่ 3.22

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง

ระดับความสำคัญของปัญหา	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	10	12.35
น้อย	20	24.69
ปานกลาง	29	35.80
มาก	10	12.35
มากที่สุด	4	4.94
ไม่ตอบ	8	9.88
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.23 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 44.44 (36 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ ร้อยละ 19.75 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.23

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่

ระดับความสำคัญของปัญหา	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	36	44.44
น้อย	16	19.75
ปานกลาง	13	16.05
มาก	-	-
มากที่สุด	5	6.17
ไม่ตอบ	11	13.58
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.24 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการทำงานในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 38.27 (31 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุดและระดับมากเท่ากันคือ ร้อยละ 14.81 (12 แห่ง)

ตารางที่ 3.24

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน

ระดับความสำคัญของปัญหา	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	12	14.81
น้อย	10	12.35
ปานกลาง	31	38.27
มาก	12	14.81
มากที่สุด	9	11.11
ไม่ตอบ	7	8.64
รวม	81	100.0

ตารางที่ 3.25 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อยในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 45.68 (37 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ ร้อยละ 17.28 (14 แห่ง)

ตารางที่ 3.25

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อย

ระดับความสำคัญของปัญหา	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	10	12.35
น้อย	14	17.28
ปานกลาง	37	45.68
มาก	10	12.35
มากที่สุด	3	3.70
ไม่ตอบ	7	8.64
รวม	81	100.0

3.9 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ

จากการสำรวจพบว่า โรงแรมและที่พักตากอากาศที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ คิดเป็นร้อยละ 55.0 (72 ราย) และไม่มีการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ คิดเป็นร้อยละ 45.0 (59 ราย) ดังแสดงในตารางที่ 3.26

ตารางที่ 3.26

จำนวนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ใช้เวลาดาวน์โหลด

เวลาดาวน์โหลด	จำนวนราย	ร้อยละ
ใช้	72	55.0
ไม่ใช้	59	45.0
รวม	131	100.0

3.10 วัตถุประสงค์ของการใช้เวลาดาวน์โหลด

จากจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้เวลาดาวน์โหลด ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า วัตถุประสงค์สำคัญในการใช้เวลาดาวน์โหลด อันดับ 1 คือ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม (คะแนนเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ เพื่อให้บริการลูกค้าในการรับจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต (คะแนนเฉลี่ย 4.01) และอันดับ 3 คือ เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม (คะแนนเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 3.27

สรุปวัตถุประสงค์สำคัญในการใช้เวลาดาวน์โหลด

วัตถุประสงค์	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม	313	4.35
เพื่อให้บริการลูกค้าในการรับจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต	289	4.01
เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม	276	3.83
เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร	139	1.93
เพื่อรับชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต	116	1.61
เพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจอื่น ๆ	10	0.14

สำหรับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาดาวน์โหลดมีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.28 แสดงระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการเว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.28 (29 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0 (18 แห่ง)

ตารางที่ 3.28
ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ
เพื่อบริการให้ลูกค้าแขกพักของโรงแรม

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	4.17
น้อย	4	5.56
ปานกลาง	16	22.22
มาก	18	25.0
มากที่สุด	29	40.28
ไม่ตอบ	2	2.78
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.29 แสดงระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการเว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.94 (41 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.17 (21 แห่ง)

ตารางที่ 3.29
ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	8	11.11
มาก	21	29.17
มากที่สุด	41	56.94
ไม่ตอบ	2	2.78
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.30 แสดงระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อรับจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตของโรงแรม พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการเว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อรับจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.22 (34 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางและระดับมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.22 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.30
ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ
เพื่อรับจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	1.39
น้อย	3	4.17
ปานกลาง	16	22.22
มาก	16	22.22
มากที่สุด	34	47.22
ไม่ตอบ	2	2.78
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.31 แสดงระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของโรงแรม พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการเว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 (24 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.78 (20 แห่ง)

ตารางที่ 3.31
ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ
เพื่อรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	24	33.33
น้อย	20	27.78
ปานกลาง	11	15.28
มาก	1	1.39
มากที่สุด	3	4.17
ไม่ตอบ	13	18.06
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.32 แสดงระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร พบว่า โรงแรมที่ตอบแบบสอบถามมีการเว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.78 (20 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.22 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.32

ระดับความสำคัญของการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	20	27.78
น้อย	10	13.89
ปานกลาง	16	22.22
มาก	4	5.56
มากที่สุด	7	9.72
ไม่ตอบ	15	20.83
รวม	72	100.0

3.11 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ

จากจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ อันดับ 1 คือ ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง มีคะแนนเฉลี่ย 2.81 ส่วนอันดับ 2 และ 3 คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมากและการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งานนั้นมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ 2.65 และ 2.57 ตามลำดับ ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน ดังแสดงในตารางที่ 3.33

ตารางที่ 3.33

สรุปปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลต์ไวต์เว็บ

ปัญหาและอุปสรรค	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง	202	2.81
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก	191	2.65
ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน	185	2.57
ขาดความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	157	2.18
โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต	130	1.81
อื่น ๆ	5	0.07

สำหรับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เว็ลต์ไวด์เว็บมีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.34 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูงในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 38.89 (28 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากคือ ร้อยละ 22.22 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.34

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	7	9.72
น้อย	11	15.28
ปานกลาง	28	38.89
มาก	16	22.22
มากที่สุด	5	6.94
ไม่ตอบ	5	6.94
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.35 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 37.50 (27 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ ร้อยละ 23.61 (17 แห่ง)

ตารางที่ 3.35

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	27	37.50
น้อย	17	23.61
ปานกลาง	12	16.67
มาก	2	2.78
มากที่สุด	5	6.94
ไม่ตอบ	9	12.50
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.36 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งานในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 31.94 (23 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากคือ ร้อยละ 22.22 (16 แห่ง)

ตารางที่ 3.36

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	11	15.28
น้อย	8	11.11
ปานกลาง	23	31.94
มาก	16	22.22
มากที่สุด	5	6.94
ไม่ตอบ	9	12.50
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.37 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อยในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 41.67 (30 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากคือ ร้อยละ 20.83 (15 แห่ง)

ตารางที่ 3.37

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตน้อย

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	6	8.33
น้อย	10	13.89
ปานกลาง	30	41.67
มาก	15	20.83
มากที่สุด	3	4.17
ไม่ตอบ	8	11.11
รวม	72	100.0

ตารางที่ 3.38 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านการไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล พบว่า ระดับความสำคัญของปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 27.78 (20 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยคือ ร้อยละ 26.39 (19 แห่ง)

ตารางที่ 3.38

ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล

ระดับความสำคัญ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	9	12.50
น้อย	19	26.39
ปานกลาง	20	27.78
มาก	10	13.89
มากที่สุด	2	2.78
ไม่ตอบ	12	16.67
รวม	72	100.0

3.12 ประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากการใช้อินเทอร์เน็ต

คณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงประโยชน์ที่กิจการได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ว่า เป็นอย่างไร ตลอดจนสัดส่วนของลูกค้าทั้งที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าทั้งหมดของกิจการ และลูกค้าใหม่ที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากการนำบริการดังกล่าวมาใช้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ปรากฏดังนี้

จากจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 86 ราย ประโยชน์ที่กิจการได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจการใน 3 อันดับแรกนั้น อันดับที่ 1 คือ ช่วยในการตลาดใหม่ (คะแนนเฉลี่ย 3.95) และมีจำนวนผู้ตอบมากที่สุดคือ 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.34 อันดับที่ 2 ซึ่งมีน้ำหนักใกล้เคียงมากกับประโยชน์อันแรกคือ ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า (คะแนนเฉลี่ย 3.92) มีจำนวนผู้ตอบจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.02 และอันดับที่ 3 คือ ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว (คะแนนเฉลี่ย 3.52) มีจำนวนผู้ตอบจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.86 ดังแสดงในตาราง 3.39

ตารางที่ 3.39

สรุประดับประโยชน์ที่ได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจการ

ประโยชน์	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
ช่วยในการหาตลาดใหม่ ๆ	340	3.95
ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า	337	3.92
ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว	303	3.52
ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับบริษัทในเครือ	200	2.33
ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อฯ ภายในองค์กร	199	2.31
อื่น ๆ	14	0.12

สำหรับระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจการมีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.40 แสดงระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยหาตลาดใหม่ของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับประโยชน์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.37 (33 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 (32 แห่ง)

ตารางที่ 3.40

ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยหาตลาดใหม่

ระดับของประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	3	3.49
ปานกลาง	14	16.28
มาก	33	38.37
มากที่สุด	32	37.21
ไม่ตอบ	4	4.65
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.41 แสดงระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อลูกค้าของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับประโยชน์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.70 (35 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 (32 แห่ง)

ตารางที่ 3.41

ระดับของประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อลูกค้า

ระดับของประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	2	2.33
ปานกลาง	11	12.79
มาก	35	40.70
มากที่สุด	32	37.21
ไม่ตอบ	6	6.98
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.42 แสดงระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อบริษัทนำเที่ยวของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับประโยชน์อยู่ในระดับมากและมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 29.07 (25 แห่ง)

ตารางที่ 3.42

ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อบริษัทนำเที่ยว

ระดับของประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	1.16
น้อย	7	8.14
ปานกลาง	21	24.42
มาก	25	29.07
มากที่สุด	25	29.07
ไม่ตอบ	7	8.14
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.43 แสดงระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อบริษัทในเครือของโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับประโยชน์อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 23.26 (20 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.12 (13 แห่ง)

ตารางที่ 3.43
ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่าย
ในการติดต่อบริษัทในเครือ

ระดับของประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	11	12.79
น้อย	7	8.14
ปานกลาง	10	11.63
มาก	20	23.26
มากที่สุด	13	15.12
ไม่ตอบ	25	29.07
รวม	86	100.0

ตารางที่ 3.44 แสดงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อภายในโรงแรมและที่พักตากอากาศ พบว่า ระดับประโยชน์อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 23.26 (20 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.28 (14 แห่ง)

ตารางที่ 3.44
ระดับประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตจากการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อภายในองค์กร

ระดับของประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	14	16.28
น้อย	8	9.30
ปานกลาง	13	15.12
มาก	20	23.26
มากที่สุด	10	11.63
ไม่ตอบ	21	24.42
รวม	86	100.0

จำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ต 86 รายมีกิจการที่ติดต่อกับลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 68 รายคิดเป็นร้อยละ 79.07 โดยสัดส่วนลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อลูกค้าทั้งหมด ร้อยละของลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตกับกิจการส่วน

ใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 0.05-10.00 (ร้อยละ 41.86) รองลงมาคือ ร้อยละ 10.01-30.00 (ร้อยละ 16.80) และอันดับ 3 คือ ตั้งแต่ร้อยละ 30.01-90.00 (ร้อยละ 7.63)

จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วลูกค้ายังไม่ค่อยนิยมติดต่อกับกิจการผ่านทางอินเทอร์เน็ต อาจมีสาเหตุมาจากลูกค้าขาดความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (พิจารณาตารางที่ 3.45 ประกอบ) หรืออื่น ๆ

ตารางที่ 3.45

สัดส่วนของลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อลูกค้าทั้งหมด

อัตราร้อยละของลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อลูกค้าทั้งหมด	จำนวนราย	ร้อยละ
ไม่มีลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต	18	20.93
0.05-10.00	36	41.86
10.01-30.00	22	25.58
30.01-50.00	3	3.49
50.01-70.00	4	4.65
70.01-90.00	3	3.49
รวม	86	100.00

จำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามและระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่สามารถหาลูกค้าได้เพิ่มขึ้นหลังจากนำบริการอินเทอร์เน็ตมาใช้คือมีจำนวนถึง 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.60 ที่เหลือ 27 รายหรือร้อยละ 31.40 ไม่สามารถหาลูกค้าเพิ่มขึ้นได้ถึงแม้จะนำบริการดังกล่าวมาใช้ก็ตาม เมื่อดูในภาพรวมจะพบว่าลูกค้าที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอัตราร้อยละ 0.03 ถึงร้อยละ 30 คือมีถึง 51 รายคิดเป็นร้อยละ 59.30 ดังแสดงในตารางที่ 3.46

ตารางที่ 3.46

สัดส่วนของลูกค้าใหม่ที่หาเพิ่มได้ต่อลูกค้าที่มีอยู่ก่อนใช้อินเทอร์เน็ต

อัตราร้อยละ	จำนวนราย	ร้อยละ
ไม่มีลูกค้าใหม่ที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต	27	31.40
0.03-10.00	35	40.70
10.01-30.00	16	18.60
30.01-50.00	3	4.65
50.01-70.00	3	3.49
70.01-80.00	1	1.16
รวม	86	100.00

บทที่ 4

สาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากจำนวนกิจการที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 45 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 34.35 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 131 แห่ง พบว่า สาเหตุสำคัญที่กิจการเหล่านี้ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ใน 3 อันดับแรกนั้น อันดับที่ 1 คือ ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนเฉลี่ย 3.24 อันดับที่ 2 คือ เข้าใจว่าต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก มีคะแนนเฉลี่ย 2.93 และอันดับที่ 3 คือ ขาดความมั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน มีคะแนนเฉลี่ย 2.79

ตารางที่ 4.1
สรุปสาเหตุที่กิจการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สาเหตุ	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย
ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต	146	3.24
เข้าใจว่าต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก	132	2.93
ขาดความมั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน	124	2.76
คาดว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อย	121	2.69
ขาดแคลนเงินลงทุน	115	2.56
ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	115	2.56
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	112	2.49
พอใจกับอัตราการเข้าพักรที่เป็นอย่าง	104	2.31
พอใจกับช่องทางการจำหน่ายที่ใช้อยู่	102	2.27
ขาดความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	87	1.93
ไม่เข้าใจถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตต่อธุรกิจ	80	1.73
ตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต	73	1.62
อื่น ๆ	14	0.31

สำหรับสาเหตุที่กิจการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตมีรายละเอียดข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้ตอบให้คะแนนดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก “ขาดบุคลากรที่มีทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต” พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 37.78 (17 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.44 (11 แห่ง)

ตารางที่ 4.2
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ขาดบุคลากรที่มีทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	2.22
น้อย	5	11.11
ปานกลาง	4	8.89
มาก	17	37.78
มากที่สุด	11	24.44
ไม่ตอบ	7	15.56
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "เข้าใจว่าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 35.56 (16 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยและระดับปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.56 (7 แห่ง)

ตารางที่ 4.3
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"เข้าใจว่าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	6.67
น้อย	7	15.56
ปานกลาง	7	15.56
มาก	16	35.56
มากที่สุด	6	13.33
ไม่ตอบ	6	13.33
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ไม่มั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.11 (14 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 20.0 (9 แห่ง)

ตารางที่ 4.4
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ไม่มั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	6.67
น้อย	4	8.89
ปานกลาง	14	31.11
มาก	9	20.0
มากที่สุด	7	15.56
ไม่ตอบ	8	17.78
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "คาดว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้ยังมีอยู่น้อย" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 (15 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 22.22 (10 แห่ง)

ตารางที่ 4.5
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"คาดว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้ยังมีอยู่น้อย"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	2	4.44
น้อย	7	15.56
ปานกลาง	15	33.33
มาก	10	22.22
มากที่สุด	4	8.89
ไม่ตอบ	7	15.56
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ขาดแคลนเงินทุน" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.44 (11 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.22 (10 แห่ง)

ตารางที่ 4.6
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ขาดแคลนเงินทุน"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	6.67
น้อย	10	22.22
ปานกลาง	11	24.44
มาก	6	13.33
มากที่สุด	7	15.56
ไม่ตอบ	8	17.78
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 26.67 (12 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.78 (8 แห่ง)

ตารางที่ 4.7
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	6	13.33
น้อย	6	13.33
ปานกลาง	8	17.78
มาก	12	26.67
มากที่สุด	5	11.11
ไม่ตอบ	8	17.78
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ใช้อินเทอร์เน็ต" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.11 (14 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.0 (9 แห่ง)

ตารางที่ 4.8
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	6.67
น้อย	8	17.78
ปานกลาง	9	20.0
มาก	14	31.11
มากที่สุด	2	4.44
ไม่ตอบ	9	20.0
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.9 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "พอใจอัตราการเข้าพักที่เป็นอยู่" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.44 (20 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.33 (6 แห่ง)

ตารางที่ 4.9
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"พอใจอัตราการเข้าพักที่เป็นอยู่"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	5	11.11
น้อย	6	13.33
ปานกลาง	20	44.44
มาก	3	6.67
มากที่สุด	3	6.67
ไม่ตอบ	8	17.78
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "พอใจช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้อยู่" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.78 (17 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.0 (9 แห่ง)

ตารางที่ 4.10
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"พอใจช่องทาง การจองที่เข้าพัก"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	3	6.67
น้อย	9	20.0
ปานกลาง	17	37.78
มาก	5	11.11
มากที่สุด	2	4.44
ไม่ตอบ	9	20.0
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.11 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.67 (12 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.0 (9 แห่ง)

ตารางที่ 4.11
ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ไม่มั่นใจความปลอดภัยของข้อมูล"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	7	15.56
น้อย	9	20.0
ปานกลาง	12	26.67
มาก	4	8.89
มากที่สุด	2	4.44
ไม่ตอบ	11	24.44
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.12 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ไม่เข้าใจประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรม" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 (9 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด และระดับน้อยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.78 (8 แห่ง)

ตารางที่ 4.12

ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ไม่เข้าใจประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรม"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	8	17.78
น้อย	8	17.78
ปานกลาง	9	20.0
มาก	6	13.33
มากที่สุด	1	2.22
ไม่ตอบ	13	28.89
รวม	45	100.0

ตารางที่ 4.13 แสดงระดับความสำคัญของสาเหตุที่โรงแรมและที่พักตากอากาศไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก "ในพื้นที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต" พบว่า ระดับความสำคัญของสาเหตุส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 (15 แห่ง) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.78 (8 แห่ง)

ตารางที่ 4.13

ระดับความสำคัญของสาเหตุที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจาก
"ในพื้นที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต"

ระดับความสำคัญของสาเหตุ	จำนวนราย	ร้อยละ
น้อยที่สุด	15	33.33
น้อย	5	11.11
ปานกลาง	8	17.78
มาก	1	2.22
มากที่สุด	4	8.89
ไม่ตอบ	12	26.67
รวม	45	100.0

บทที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษานี้ได้มีการกำหนดสมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรมและที่พักตากอากาศในประเทศไทย ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ราคาห้องพัก ที่ตั้ง ลักษณะการบริหารงาน ลักษณะธุรกิจ และกลยุทธ์หลักของโรงแรมและที่พักตากอากาศ สมมติฐานสำหรับการวิจัยมีดังนี้คือ

1. ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
2. ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
3. ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
4. ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต
5. กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

5.1 ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลราคาห้องพักกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจในรูปแบบสอบถาม สามารถสรุปข้อมูลได้ดังตารางที่ 5.1 นั่นคือ โรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีอัตราค่าเช่าห้องพักประเภทที่ 2 (L2**) มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 100.0 (37 แห่ง) ส่วนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีอัตราค่าเช่าห้องพักประเภทที่ 1 (L1*) มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 52.1 (49 แห่ง)

ตารางที่ 5.1

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาห้องพักกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

การใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับราคาห้องพัก		รวม
	L1*	L2**	
ไม่ใช้	45	-	45
	100.0%		100.0%
	47.9%		34.4%
ใช้	49	37	86
	57.0%	43.0%	100.0%
	52.1%	100.0%	65.6%
รวม	94	37	131
	71.8%	28.2%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%

L1* คือ อัตราค่าเช่าห้องพักรีสตูดมากกว่า 500 บาทต่อวัน ถึงอัตราค่าเช่าห้องพักรีสตูดไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน

L2** คือ อัตราค่าเช่าห้องพักรีสตูดตั้งแต่ 2,001 บาทต่อวันขึ้นไป

การทดสอบสมมติฐาน "ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

สมมติฐาน

H_0 : ราคาห้องพักไม่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

H_a : ราคาห้องพักมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ได้ค่า $F=0.000$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ สรุปได้ว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ราคาห้องพักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรม

ในด้านสัดส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่าง โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักสูงทั้งหมดมีการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนโรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักต่ำมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 52.1

5.2 ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากการสอบถามทางด้านที่ตั้งของโรงแรมและการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า โรงแรมในกรุงเทพฯ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราส่วนร้อยละ 76.3 (58 แห่ง) ซึ่งสูงกว่าโรงแรมในต่างจังหวัดที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราส่วนร้อยละ 50.9 (28 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2

ความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งของโรงแรมกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ

ที่ตั้งของโรงแรม	การใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ		รวม
	ไม่ใช่	ใช่	
ต่างจังหวัด	27	28	55
	49.1%	50.9%	100.0%
	60.0%	32.6%	42.0%
กรุงเทพฯ	18	58	76
	23.7%	76.3%	100.0%
	40.0%	67.4%	58.0%
รวม	45	86	131
	34.4%	65.6%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%

การทดสอบสมมติฐาน "ที่ตั้งมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

สมมติฐาน

H_0 : ที่ตั้งของโรงแรมในกรุงเทพฯ หรือในต่างจังหวัดไม่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

H_a : ที่ตั้งของโรงแรมในกรุงเทพฯ หรือในต่างจังหวัดมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ได้ ค่า $F=0.003$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 สรุปได้ว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ตั้งของโรงแรมในกรุงเทพฯ หรือในต่างจังหวัดมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ในด้านสัดส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่างพบว่า โรงแรมที่อยู่ในกรุงเทพฯ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 76.3 ส่วนโรงแรมในต่างจังหวัดมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 50.9

อนึ่ง จากการพิจารณาในรายละเอียดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งกับสาเหตุของการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า ที่ตั้งของโรงแรมมีความสัมพันธ์กับสาเหตุของการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า (ค่า $F=0.017$ น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$) แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุเพื่อการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต (ค่า $F=0.923$ มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$) แม้ว่าทั้งสองสาเหตุมีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงใกล้เคียงกันคือ 4.08 และ 4.31

5.3 ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจกับลักษณะการบริหารงานของโรงแรมและที่พักตากอากาศ (ตารางที่ 5.3) พบว่า โรงแรมและที่พักตากอากาศที่บริหารงานโดยมืออาชีพมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 88.6 (39 แห่ง) ซึ่งมากกว่าโรงแรมและที่พักตากอากาศที่บริหารงานโดยเจ้าของที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 54.0 (47 แห่ง)

ตารางที่ 5.3

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการบริหารกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ

การใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ดำเนินธุรกิจ	ลักษณะการบริหาร		รวม
	โดยเจ้าของ	โดยมืออาชีพ	
ไม่ใช้	40	5	45
	88.9%	11.1%	100.0%
	40.0%	11.4%	34.4%
ใช้	47	39	86
	54.7%	45.3%	100.0%
	54.0%	88.6%	65.6%
รวม	87	44	131
	66.4%	33.6%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%

การทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

สมมติฐาน

H_0 : ลักษณะการบริหารงานไม่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

H_a : ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล

จากการวิเคราะห์ได้ ค่า $F=0.000$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 สรุปได้ว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ลักษณะการบริหารงานมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

ในด้านสัดส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่าง โรงแรมที่บริหารงานโดยมืออาชีพมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 88.6 ส่วนโรงแรมที่บริหารงานโดยเจ้าของมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 54.0

5.4 ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลที่ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปผลความสัมพันธ์ได้ว่า โรงแรมในเครือโรงแรมคนไทยมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.1 (32 แห่งจาก 34 แห่ง) รองลงมาคือ โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมต่างประเทศมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 87.5 (7 แห่งจาก 8 แห่ง) ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	การใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกิจ		รวม
	ไม่ใช้	ใช้	
ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ	35	43	78
	44.9%	55.1%	100.0%
	77.8%	50.6%	60.0%
ในเครือโรงแรมต่างประเทศ	1	7	8
	12.5%	85.7%	100.0%
	2.2%	37.6%	26.2%
ในเครือโรงแรมคนไทย	2	32	34
	5.9%	94.1%	100.0%
	4.4%	37.6%	26.2%
อื่น ๆ	7	3	10
	70.0%	30.0%	100.0%
	15.6%	3.5%	7.7%
รวม	45	85	130
	34.6%	65.4%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%

การทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

สมมติฐาน

H_0 : ลักษณะธุรกิจไม่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

H_a : ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล

จากการวิเคราะห์ได้ค่า $F=0.000$ ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 สรุปได้ว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ลักษณะธุรกิจมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

ในด้านสัดส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โรงแรมที่ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 52.3 โรงแรมที่มีเครือข่ายต่างประเทศมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 87.5 และโรงแรมที่อยู่ในเครือของคนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 94.1

5.5 กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจกับกลยุทธ์หลักของโรงแรมและที่พักตากอากาศ (ตารางที่ 5.5) พบว่า โรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีกลยุทธ์หลักด้านความแตกต่างในบริการจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราสูงถึงร้อยละ 73.3 (74 แห่ง) ส่วนโรงแรมและที่พักตากอากาศที่มีกลยุทธ์หลักด้านราคามีการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 44.4 (8 แห่ง)

ตารางที่ 5.5

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์หลักของโรงแรมกับการใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตดำเนินธุรกิจ

การใช้-ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ดำเนินธุรกิจ	กลยุทธ์หลักของโรงแรม		รวม
	ด้านราคา	ด้านความแตกต่าง ในบริการ	
ไม่ใช้	10	27	37
	27.0%	73.0%	100.0%
	55.6%	26.7%	31.1%
ใช้	8	74	82
	9.8%	90.2%	100.0%
	44.4%	73.3%	68.9%
รวม	18	101	119
	15.1%	84.9%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%

การทดสอบสมมติฐาน "กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต"

สมมติฐาน

H_0 : กลยุทธ์หลักของโรงแรมไม่มีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

H_a : กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ค่า $F=0.015$ น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ $.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 สรุปได้ว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กลยุทธ์หลักของโรงแรมมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ในด้านสัดส่วนของการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โรงแรมที่ใช้กลยุทธ์ด้านความแตกต่างของบริการเป็นกลยุทธ์หลักมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 73.3 ส่วนโรงแรมที่ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์หลักมีการใช้อินเทอร์เน็ตในอัตราร้อยละ 44.4 และจากจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า ร้อยละ 90.2 เป็นโรงแรมที่มีกลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการเป็นกลยุทธ์หลัก และร้อยละ 9.8 เป็นโรงแรมที่มีกลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์หลัก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

บทสรุป

การวิจัยการใช้อินเทอร์เน็ตของโรงแรมและที่พักตากอากาศพบว่า จำนวนกิจการที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และเว็ลด์ไวด์เว็บ มีจำนวนมากกว่ากิจการที่ไม่ใช้ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในกิจการ 3 อันดับแรก คือ เพื่อต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า ซึ่งช่องทางที่กิจการใช้ในการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่แล้วกิจการจะใช้การโทรศัพท์ติดต่อผ่านทางบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) นอกจากนี้ กิจการยังมีการสร้างโฮมเพจเป็นของตนเองโดยนิยมใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอกแบบเสียค่าบริการ ในส่วนของรูปแบบการให้บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น วัตถุประสงค์สำคัญในการนำมาใช้คือ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม และเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนาเที่ยว สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการนำบริการดังกล่าวมาใช้ ส่วนใหญ่คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการทำงาน และการที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง

วัตถุประสงค์สำคัญที่กิจการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บนั้นคือ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม เพื่อให้บริการลูกค้าในการรับจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อเป็นบริการให้แก่ลูกค้าแขกพักของโรงแรม ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ คือ ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก รวมทั้งขาดบุคลากรที่มีทักษะในการทำงานด้วย

ทางด้านประโยชน์ต่าง ๆ ที่กิจการโรงแรมและที่พักตากอากาศได้รับภายหลังจากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ๆ ได้คือ ประโยชน์จากการช่วยในการตลาดใหม่ ๆ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับบริษัทนาเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่าอินเทอร์เน็ตช่วยให้กิจการมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 3-10% ของลูกค้าเดิมก่อนการใช้อินเทอร์เน็ตอีกด้วย

ในกิจการโรงแรมและที่พักตากอากาศที่ไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจนั้น สาเหตุที่สำคัญคือ ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต เข้าใจว่าต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และขาดความมั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ในประเด็นนี้หน่วยงานของรัฐสามารถช่วยแก้ปัญหาได้โดยทางหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและ/หรือ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ควรจัดอบรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตและช่วยเพิ่มทักษะแก่บุคลากรของโรงแรมและที่พักตากอากาศ

นอกจากนี้ คำตอบในแบบสอบถามยังแสดงให้เห็นว่า กิจการต้องการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง แทนการผ่านคนกลาง เช่น บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ เพื่อลดค่าใช้จ่ายซึ่งรวมถึง ค่านายหน้า หรือ ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ในนิตยสารต่าง ๆ เพราะแนวโน้มของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้น และยังสามารถลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่ากระดาษ เครื่องเขียนต่าง ๆ พนักงานคีย์ข้อมูล เป็นต้น เพื่อเก็บข้อมูลลูกค้าไว้เป็นฐานข้อมูล กิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มักมีโฮมเพจของตนเอง ดังจะเห็นได้จากจำนวนกิจการที่มีโฮมเพจเป็นของตนเองมีถึง 84 แห่งจากจำนวนกิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด 86 แห่ง การที่กิจการมีโฮมเพจนั้นนอกจากจะช่วยในด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์แล้ว กิจการยังอาจใช้โฮมเพจในการให้บริการรับจองห้องพักจากลูกค้าได้ด้วย ซึ่งการจองห้องพักผ่านโฮมเพจนั้น ลูกค้าจะต้องกรอกข้อมูลประวัติส่วนตัวซึ่งข้อมูลในส่วนนี้กิจการสามารถนำไปเก็บไว้เป็นฐานข้อมูล ข้อมูลเหล่านี้กิจการสามารถนำมาใช้ในการติดต่อหรือนำมาวิเคราะห์เพื่อหาทางพัฒนาบริการต่อไป ถึงแม้ว่ากิจการต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างพนักงานเพื่อดูแลรักษาระบบรับจองห้องพักผ่านโฮมเพจแต่การใช้วิธีนี้อาจช่วยกิจการให้มีกำไรเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นมาก

และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ราคาห้องพัก ที่ตั้ง (อยู่ในกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด) ลักษณะการบริหารงาน (บริหารงานโดยมีอาชีพหรือเจ้าของ) ลักษณะธุรกิจ (เป็นโรงแรมในเครือของคนไทย ในเครือของต่างประเทศ หรือไม่มีเครือข่ายธุรกิจ) กลยุทธ์หลัก (กลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการหรือกลยุทธ์ด้านราคา) ของโรงแรมล้วนมีผลต่อการใช้หรือไม่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยที่โรงแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำสุดตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไปต่อวันมีอัตราร้อยละที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าโรงแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำสุดตั้งแต่ 501 ถึง 2,000 บาทขึ้นไปต่อวัน โรงแรมที่บริหารงานโดยมีอาชีพมีอัตราร้อยละที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าโรงแรมที่บริหารงานโดยเจ้าของ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครมีอัตราร้อยละของกิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าโรงแรมที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด โรงแรมในเครือของคนไทยมีอัตราร้อยละที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โรงแรมในเครือของต่างประเทศมีอัตราร้อยละในลำดับรองลงมา และโรงแรมที่ไม่มีเครือข่ายธุรกิจมีอัตราร้อยละต่ำที่สุด ส่วนโรงแรมที่มีกลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการเป็นกลยุทธ์หลักมีอัตราร้อยละของกิจการที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าโรงแรมที่ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์หลัก

บรรณานุกรม

วิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ "สาระจากการประชุมสัมมนา The Tourism Consumer in the Electronic Marketplace," *จุลสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 18: 2, เมษายน – มิถุนายน 2542 หน้า 27-34.

Bonn, M. A., H. L. Furr, and A. M. Susskind. "Predicting a Behavioral Profile for Pleasure Travelers on the Basis of Internet Use Segmentation," *Journal of Travel Research*, May 1999, p. 333-340.

Betterfield, D. W., K. R. Deal, and A. A. Kubursi. "Measuring Returns to Tourism Advertising," *Journal of Travel Research*, 37, August, 1998, p. 12-20.

Furr, H. L., and M. A. Bonn. "The Internet and the Hospitality Marketing Professional," *Journal of Applied Hospitality Management*, 1, 1998, p. 60-69.

Travel Industry Association of America. "Travelers Use of The Internet 1997: Executive Report," Washington, DC: Travel Industry Association of America, 1997.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ตำแหน่งงาน วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด สาขาวิชาที่ได้รับการศึกษา ความรู้ความเข้าใจด้านทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต ความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรม และการมีส่วนในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ก. อายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-35 ปี โดยมีจำนวน 48 คน (ร้อยละ 40.68) รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วงระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 31.36) และอันดับที่ 3 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 23 คน (ร้อยละ 19.49) ดังแสดงในตาราง ก

ตาราง ก อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25	5	4.24
25-35	48	40.68
36-45	37	31.36
46-55	23	19.49
มากกว่า 55	5	4.24
รวม	118	100.00

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข. ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับหนึ่งคือตำแหน่งรองผู้บริหาร จำนวน 50 คน (ร้อยละ 38.2) รองลงมาคือตำแหน่งกรรมการบริหาร จำนวน 43 คน (ร้อยละ 32.8) ดังแสดงในตาราง ข

ตาราง ข ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของ	7	5.3
กรรมการบริหาร	43	32.8
รองผู้บริหาร	50	38.2
ระดับฝ่าย	14	10.7
ไม่ตอบ	17	13.0
รวม	131	100.0

ค. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 78 คน (ร้อยละ 66.10) สำหรับวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนเท่ากันคือ อย่างละ 20 คน (ร้อยละ 16.95 เท่ากัน) ดังแสดงในตาราง ค

ตาราง ค วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20	16.95
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	78	66.10
สูงกว่าปริญญาตรี	20	16.95
รวม	118	100.00

รายละเอียดเกี่ยวกับวิชาที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ตาราง ง แสดงสาขาวิชาระดับปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสาขาบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 32 คน (ร้อยละ 24.4) รองลงมาอยู่ในสาขาสังคม จำนวน 18 คน (ร้อยละ 13.7)

ตาราง ง สาขาวิชาในระดับปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

สาขาวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริหารโรงแรม	8	6.1
บริหารธุรกิจ	32	24.4
สังคม	18	13.7
วิทยาศาสตร์	6	4.6
ไม่ตอบ	67	51.1
รวม	131	100.0

ตาราง ง แสดงสาขาวิชาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสาขาบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 14 คน (ร้อยละ 10.7) รองลงมาอยู่ในสาขาสังคม จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.3)

ตาราง จ สาขาวิชาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

สาขาวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริหารโรงแรม	1	0.8
บริหารธุรกิจ	14	10.7
สังคม	3	2.3
ไม่ตอบ	113	86.3
รวม	131	100.0

ง. ระดับความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 57 คน (ร้อยละ 43.51) รองลงมาอยู่ในระดับมาก จำนวน 31 คน (ร้อยละ 23.66) ดังแสดงในตาราง ฉ

ตาราง ฉ ความรู้ความเข้าใจด้านทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยที่สุด	7	5.34
น้อย	10	7.63
ปานกลาง	57	43.51
มาก	31	23.66
มากที่สุด	9	6.87
ไม่ตอบ	17	12.98
รวม	131	100.0

ทางด้านความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรมนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรมอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 49 คน (ร้อยละ 37.40) รองลงมาอยู่ในระดับมาก จำนวน 32 คน (ร้อยละ 24.43) ดังแสดงในตาราง ข

ตาราง ข ความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรม

ระดับความสามารถ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยที่สุด	8	6.11
น้อย	15	11.45
ปานกลาง	49	37.40
มาก	32	24.43
มากที่สุด	8	6.11
ไม่ตอบ	19	14.50
รวม	131	100.0

จากการสอบถามในเรื่องการมีส่วนในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในโรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีส่วนในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในโรงแรมอยู่ในระดับมาก จำนวน 50 คน (ร้อยละ 38.17) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 25 คน (ร้อยละ 19.08) ดังแสดงในตาราง ข

ตาราง ข การมีส่วนในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กร

ระดับการมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยที่สุด	7	5.34
น้อย	11	8.40
ปานกลาง	25	19.08
มาก	50	38.17
มากที่สุด	20	15.27
ไม่ตอบ	18	13.74
รวม	131	100.0

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ

- 1.1) จำนวนห้องพัก _____ ห้อง (โดยประมาณ)
- 1.2) จำนวนพนักงาน _____ คน (โดยประมาณ)
- 1.3) มูลค่าทรัพย์สินถาวร (ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์) _____ บาท (โดยประมาณ)
- 1.4) อัตราการเข้าพักของลูกค้ _____ % [(จำนวนห้องที่มีผู้เข้าพักโดยเฉลี่ย ÷ จำนวนห้องพักที่มีทั้งหมด) × 100]

2. ลักษณะการบริหารงานของกิจการ

2.1) ลักษณะของธุรกิจ

- ไม่มี เครือข่ายทางธุรกิจ
- เป็นกิจการ ซึ่งอยู่ในเครือข่ายของ โรงแรมต่างประเทศ
- เป็นกิจการ ซึ่งอยู่ในเครือข่ายของ โรงแรมของคนไทย
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2.2) ลักษณะการบริหารงาน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บริหารงานโดยเจ้าของ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
- บริหาร โดยทีมงานมืออาชีพ

2.3) กลยุทธ์หลักของ โรงแรม (เลือกได้เพียงข้อเดียว)

- กลยุทธ์ด้านราคา เช่น เน้นที่ราคาห้องพักถูกกว่าคู่แข่งในทำเลเดียวกัน
- กลยุทธ์ด้านความแตกต่างในบริการ เช่น เน้นที่คุณภาพของบริการ หรือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ หรือ ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เช่น ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรืออยู่ใกล้ศูนย์กลางการค้า เป็นต้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2.4) สัดส่วนของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ โรงแรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ _____
- นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ _____
- นักธุรกิจชาวไทย ร้อยละ _____
- นักธุรกิจต่างประเทศ ร้อยละ _____
- กลุ่มประชุม อบรมและสัมมนา ร้อยละ _____
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ ร้อยละ _____

รวม 100

3. การใช้คอมพิวเตอร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- แผนกรับจองห้องพัก ใช้มาแล้ว _____ ปี
- แผนกบัญชีและการเงิน ใช้มาแล้ว _____ ปี
- แผนกภัตตาคาร ใช้มาแล้ว _____ ปี
- อื่น ๆ โปรดระบุ _____ ใช้มาแล้ว _____ ปี

โครงการวิจัยการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจโรงแรม

4. ปัจจุบันท่านใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกิจหรือไม่

- ใช้ ใช้มาแล้ว _____ ปี
โปรดระบุชื่อบริษัท ISP ที่ท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตอยู่ _____
- ไม่ใช้ (โปรดข้ามส่วนที่ 2 ไปทำในส่วนที่ 3 ได้เลย)

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของกิจการ

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. ปัจจัยที่กิจการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจคือ

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ต					
2 เพื่อปรับตัวให้เหมือนโรงแรมอื่น ๆ					
3 เป็นไปตามนโยบายของโรงแรมในเครือเดียวกัน					
4 เพื่อรองรับตามความต้องการของลูกค้า					
5 เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า					
6 ได้รับการแนะนำหรือเห็นประโยชน์จากการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้จากธุรกิจอื่น					
7 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

2. การใช้อินเทอร์เน็ตในกิจการ

2.1) มีการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ใช้โทรศัพท์ ติดต่อผ่านทางบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)
- ใช้โทรศัพท์ ติดต่อผ่านทางบริษัทในเครือ
- มีการเช่าคู่สายที่เชื่อมต่อโดยตรงกับบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)
- มีการเช่าคู่สายที่เชื่อมต่อโดยตรงกับบริษัทในเครือ
- ไม่แน่ใจ

2.2) มีการสร้างโฮมเพจ (Homepage) ของกิจการหรือไม่ อย่างไร

- มี โดยใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอก (ซึ่งไม่เสียค่าบริการ)
- มี โดยใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์จากภายนอก (ซึ่งต้องเสียค่าบริการ)
- มี โดยใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทในเครือ
- มี โดยใช้เว็บเซิร์ฟเวอร์ของกิจการ
- ไม่มี (ข้ามไปทำข้อที่ 3)

2.3) บุคลากรที่ใช้ในการพัฒนาโฮมเพจ (Homepage) ของกิจการ

- พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของ
- พนักงานโรงแรมในเครือ
- ว่าจ้างบุคคลภายนอก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

โครงการวิจัยการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจโรงแรม

2.4) บุคลากรที่ใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโฮมเพจ (Homepage) ของกิจการ

- พนักงานในโรงแรมหรือเจ้าของ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
- ว่าจ้างบุคคลภายนอก
- พนักงานโรงแรมในเครือ

3. รูปแบบการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ในกิจการ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้

3.1) โรงแรมมีการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) หรือไม่

- มี ไม่มี (ข้ามไปทำในข้อที่ 4)

3.2) รูปแบบการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ในโรงแรม เป็นอย่างไร

รูปแบบการใช้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม					
2 เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า					
3 เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว					
4 เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับธุรกิจอื่น ๆ ในเครือ					
5 เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานภายในองค์กร					

3.3) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ในโรงแรมของท่าน

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง					
2 โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต					
3 ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน					
4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก					
5 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
.....					
.....					

4. รูปแบบการใช้เวิร์ลด์ ไซด์ เว็บบ (www) ในกิจการ ปัญหาและอุปสรรค

4.1) โรงแรมมีการใช้เวิร์ลด์ ไซด์ เว็บบ (www) หรือไม่

- มี ไม่มี (ข้ามไปทำในข้อที่ 5)

โครงการวิจัยการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจโรงแรม

4.2) รูปแบบการใช้เวิร์ลด์ ไซด์ เว็บ (WWW) ในโรงแรม เป็นอย่างไร

รูปแบบการใช้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 เพื่อเป็นบริการให้กับลูกค้าแขกพักของโรงแรม					
2 เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม					
3 เพื่อให้บริการลูกค้าในการรับจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
4 เพื่อรับชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
5 เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร					
6 เพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจอื่น ๆ (โปรดระบุ)					
.....					
.....					

4.3) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้เวิร์ลด์ ไซด์ เว็บ (WWW) ในโรงแรมของท่าน

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ค่าใช้จ่ายและเงินลงทุนสูง					
2 โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต					
3 ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้งาน					
4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อยมาก					
5 ขาดความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
.....					
.....					

5. หลังจากที่มีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้

5.1) ท่านคิดว่าได้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ตในด้านใดบ้าง

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ช่วยในการหาตลาดใหม่ ๆ					
2 ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า					
3 ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยว					
4 ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทในเครือ					
5 ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร					
6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)					
.....					

5.2) สัดส่วนของลูกค้าที่ติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าทั้งหมดของกิจการคิดเป็นร้อยละ _____

5.3) สัดส่วนของลูกค้าที่หาเพิ่มได้ใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าที่มีอยู่ก่อนใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ _____

(ข้ามไปทำในส่วนที่ 4)

ส่วนที่ 3 เหตุผลในการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตของกิจการ

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. สาเหตุที่กิจการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

สาเหตุ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ไม่เข้าใจถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตต่อธุรกิจโรงแรม					
2 ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต					
3 พอใจกับอัตราการเข้าพักรูที่เป็นอยู่					
4 พอใจกับช่องทางการจำหน่ายที่ใช้อยู่					
5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ใช้อินเทอร์เน็ต					
6 คาดว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่น้อย					
7 ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต					
8 เข้าใจว่าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก					
9 ขาดแคลนเงินลงทุน					
10 ตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งไม่มีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต					
11 ขาดความมั่นใจในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
12 ขาดความมั่นใจว่าผลที่ได้รับจะคุ้มค่ากับการลงทุน					
13 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความจริงมากที่สุด หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. อายุ (ปี) □ ต่ำกว่า 25 □ 25-35 □ 36-45 □ 46-55 □ มากกว่า 55
2. ตำแหน่งงานในธุรกิจโรงแรม (โปรดระบุ) _____
3. วุฒิการศึกษาขั้นสูงสุดในปัจจุบัน
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า โปรดระบุสาขา _____
 - ระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี โปรดระบุสาขา _____
4. ระดับความรู้และความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ของอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมในสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กรของท่าน

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตของท่าน					
2 ความสามารถในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจโรงแรม					
3 การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กร					

ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ ถ้าท่านต้องการให้ทางกลุ่มผู้วิจัยส่งสรุปผลการวิจัยนี้ให้ท่าน โปรดระบุชื่อของท่าน ชื่อโรงแรม และที่อยู่ หรือ E-mail address

ชื่อ

ชื่อโรงแรม

ที่อยู่

.....

.....

E-mail address

