

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างแผนที่เสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ได้แก่ แผนที่เสี่ยงต่อการกัดเซาะชายฝั่ง แผนที่เสี่ยงต่อฝนตกหนักในฤดูมรสุม และแผนที่เสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย และ 2) เพื่อประเมินรูปแบบการปรับตัวทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมในแถบชายฝั่งตะวันออกภายใต้สภาวะการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ระหว่างการวิจัยโดยประยุกต์เทคนิคด้านภูมิสารสนเทศ และแบบจำลองคณิตศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์พื้นที่เสี่ยงภัยทั้ง 3 ประเภทและเก็บข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งโรงแรมบริเวณชายฝั่งภาคตะวันออก การวิจัยเชิงปริมาณได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัยพิบัติระดับสูงสุด ของทั้ง 3 ประเภท จำนวน 109 โรงแรม เพื่อเก็บข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปของโรงแรม ผลกระทบจากภัยพิบัติ และการปรับตัวทางการตลาด (7P) และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารโรงแรม จำนวน 18 คน ในด้านลักษณะของผลกระทบจากภัยพิบัติ และรูปแบบการปรับตัวทางการตลาด (7P) ของธุรกิจโรงแรมภายใต้สภาวะการเกิดภัยพิบัติ

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดชลบุรี มีความยาวการกัดเซาะ 62 กิโลเมตร จังหวัดระยองมีความยาวการกัดเซาะ 48 กิโลเมตร จังหวัดจันทบุรีมีความยาวการกัดเซาะ 42 กิโลเมตร และจังหวัดตราด มีความยาวการกัดเซาะ 65 กิโลเมตร พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนักในฤดูมรสุมระดับต่ำมีพื้นที่ทั้งหมด 3,116.06 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 66.30 พื้นที่เสี่ยงฝนตกหนักในฤดูมรสุมระดับปานกลางมีพื้นที่ทั้งหมด 508.08 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 10.81 และพื้นที่เสี่ยงฝนตกหนักในฤดูมรสุมระดับสูงมีพื้นที่ทั้งหมด 1076.01 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 22.89 พื้นที่เสี่ยงอุทกภัยระดับต่ำ มีพื้นที่ทั้งหมด 504.34 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 10.73 พื้นที่เสี่ยงอุทกภัยระดับปานกลาง มีพื้นที่ทั้งหมด 3,203.20 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 68.15 และพื้นที่เสี่ยงอุทกภัยระดับสูง มีพื้นที่ทั้งหมด 992.61 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 21.12

การปรับตัวทางการตลาด (7P) ของธุรกิจโรงแรมแถบชายฝั่งตะวันออก ภายใต้สภาวะการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ พบว่า โรงแรมกลุ่มตัวอย่างมีการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาเป็นด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.45$) อันดับ 3 เป็นด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.20$) อันดับ 4 เป็นด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.17$) อันดับ 5 เป็นด้านราคา ($\bar{X} = 2.89$) อันดับ 6 เป็นด้านบุคคล ($\bar{X} = 2.65$) และอันดับสุดท้าย เป็นด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 2.54$)

โดยจากผลการวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำกลยุทธ์ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมภายใต้ผลกระทบจากความเสี่ยงการเกิดภัยพิบัติได้

คำสำคัญ : ธุรกิจโรงแรม ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภูมิสารสนเทศ ภาคตะวันออก