

รูปแบบการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Increasing Operation of Small and medium Hotel Business and Restaurant Model

ชนิดาภา ดีสุข*

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อต้องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร อีกทั้งต้องการทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคใต้จำนวน 400 ตัวอย่างดังนี้ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 398 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับคืน (Response Rate) ร้อยละ 99 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร การมุ่งเน้นการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศและความสัมพันธ์กับชุมชนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2/df=1.161$ GFI=0.990 AGFI=0.970 CFI=0.940 RMSEA=0.013 SRMR=0.015

และพบว่ามาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร การมุ่งเน้นการตลาดและคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารและเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศและการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับคุณภาพการบริการ มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับความสัมพันธ์กับชุมชนและความสัมพันธ์กับชุมชนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นการตลาด ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ นอกจากนี้

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

พบว่าผลการดำเนินงานของธุรกิจได้รับอิทธิพลทางอ้อมกับเทคโนโลยีสารสนเทศและมาตรฐานโรงแรม และภัตตาคารมีอิทธิพลทางอ้อมกับคุณภาพการบริการ

คำสำคัญ : รูปแบบการเพิ่มผลการดำเนินงาน ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The purpose of a case study of the increasing of the producing of medium and small size Hotel and restaurant conduct is to analyze concerning to the factors that there is influence to the result of medium and small size hotel and restaurant conduct. Furthermore, the conduct of medium and small size hotel and restaurant should be tested by following the relatively structure that effective influence to both of business. And also this a case study concerning to indirect and direct influence that effect to the factors of medium and small size hotel and restaurant. The researcher has been using the method of multi stage sampling by choosing 400 peoples from southern of Thailand who have been working as business of medium and small size hotel and restaurant for being samples of case study. When the researcher receive the questionnaire form about 398 documents (the percentage of response rate is about 99%), the researcher is going to analyze according to structural equation modeling.

The result of this case study has showed that the model of serviceable quality and the standard of medium and small size hotel and restaurant focus on how to hold the marketing by garthering with information technology that impact to the community. The model of these kind of business have related with evidential information. There are 6 indexical relation such as, $\chi^2/df=1.161$ GFI=0.990 AGFI=0.970 CFI=0.940 RMSEA=0.013 SRMR=0.015

The focusing of serviceable quality and marketing of hotel and restaurant have positive conduct as well as the standard of hotel and restaurant have directly positive influence with the marketing. Information technology and marketing have directly positive influence with serviceable quality. The standard of hotel and restaurant have directly positive influence with community relationship as well as have directly positive influence with marketing that relate to researchable hypothesis. Furthermore, the result of the producing of the conduct has received indirect influence with information technology. And also the standard of hotel and restaurant have indirect influence with serviceable quality.

keyword : Increasing Operation Model Hotels Business and Resturant medium and small size

บทนำ

การท่องเที่ยวยังคงเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่าในปี 2011 มีอัตรา GDP คิดเป็นร้อยละ 9 ของ GDP รวมทั่วโลก คิดเป็นมูลค่า 6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และมีการจ้างงานมากกว่า 255 ล้านงาน อีกทั้งเมื่อพิจารณาภาพรวมเศรษฐกิจมหภาคพบการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของการท่องเที่ยวทั่วโลก ทุกทวีปทั่วโลกมีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะกลุ่มประเทศเกิดใหม่ (BRICs) และประเทศในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้ทวีปเอเชียมีส่วนสำคัญของการเติบโตของปี 2011 เทียบกับปี 2010 มากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประกอบด้วย 10 ประเทศ พบว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีรายได้มากที่สุด คือ ประเทศไทยนับว่า ความสำคัญของธุรกิจบริการที่เป็นสัดส่วนที่สำคัญของ GDP ประเทศไทย

อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจไทยกำลังเผชิญกับความเสี่ยงจากเศรษฐกิจหลักของโลกที่อ่อนตัวลง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการคลัง, 2556) ในขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องเผชิญกับผลกระทบทางด้านปัญหาทางการเมือง อีกทั้งสถานการณ์ปัญหาด้านระบบโลจิสติกส์ ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านโครงการบริหารจัดการของรัฐที่ไม่เป็นเอกภาพมีความอ่อนแอ ปัญหาด้านภาพลักษณ์ที่มีความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งปัญหาโสเภณี ทั้งนี้เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรด้านการนำเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ การปกครองท้องถิ่นและชุมชนยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น รวมถึงมาจากสาเหตุด้านความไม่คุ้นเคย

ทางด้านระบบ e-commerce เป็นเหตุให้แหล่งท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่เพราะบางพื้นที่ ขาดการพัฒนา ที่สำคัญมีข้อจำกัดด้านเงินทุน และขาดการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง เป็นต้น (สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 2012 จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ องค์การมหาชน หน้า 13) เป็นความท้าทายที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อรักษาไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และโรงแรมมีการแข่งขันสูง ประกอบกับนโยบายเปิดเสรีทางด้านบริการของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่จะเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2015 ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) เป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญประการหนึ่ง (สมาคมการบริหารโรงแรมไทย www.thma.or.th สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2556) ดังนั้นเพื่อเป็นการรักษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่ช่วยพัฒนาศักยภาพผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของ SMEs จึงได้ทำการสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สาขาโรงแรมและภัตตาคารในงาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย ปี 2556” พบว่ามีหลายปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ซึ่งสามารถจำแนกปัญหาที่เกิดจากสาเหตุ 2 สาเหตุ กล่าวคือ ปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และปัญหาเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในอันประกอบด้วย ปัญหาที่เกิดจากการขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม

ปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้นคือ ปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในเท่านั้นเนื่องจากผู้ประกอบการสามารถดำเนินการจัดการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินการของธุรกิจได้ ทั้งนี้ผลการสัมภาษณ์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารประกอบด้วย ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยมาตรฐานสถานประกอบการ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยเทคโนโลยี และปัจจัยการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับบทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทปี 2554 กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ SMEs ประกอบด้วยปัจจัยการตลาดธุรกิจบริการ ปัจจัยการตลาดและการขาย และปัจจัยด้านไอที (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2555)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 3 ประการ

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร
2. ทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

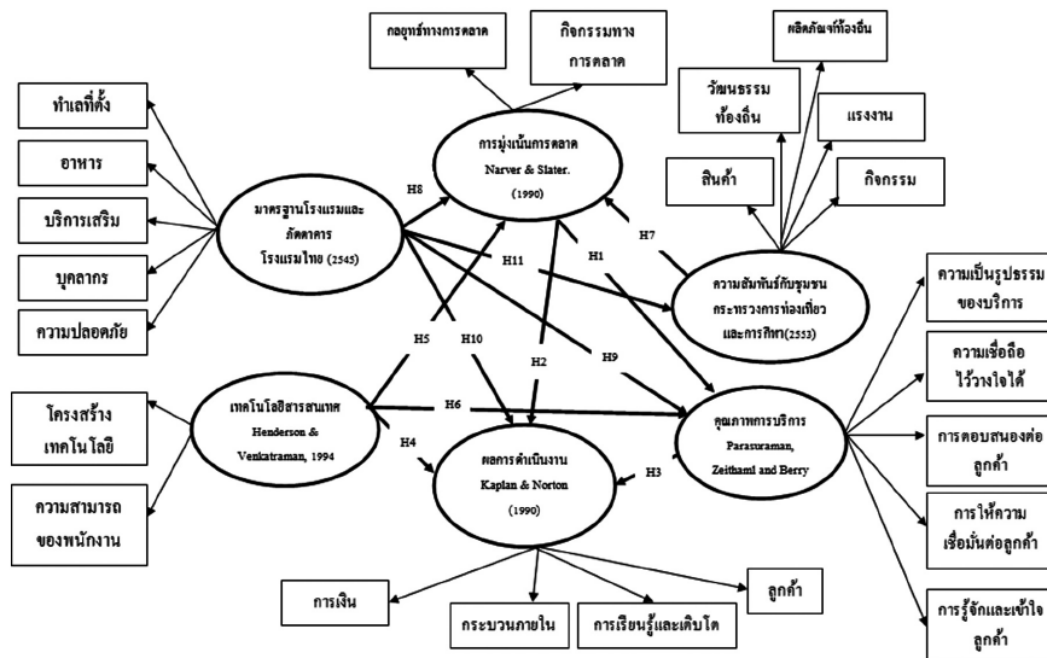
วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยด้วยชุดแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดที่ได้ทำการศึกษาและผ่านกระบวนการทดสอบต่างๆ เพื่อนำมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในระดับองค์การที่ได้กำหนดขอบเขตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณจะมีความเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เนื่องจากเหมาะสมในการศึกษาภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ได้มาพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดที่น่าเชื่อถืออันได้มาจากวิสาหกิจจำนวนมาก เพื่อเป็นการยืนยันได้ถึงการนำแนวคิดที่ได้ มาประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจประเภทอุตสาหกรรมแต่ละประเภทที่มีจำนวนมาก (Generalization) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยการวิเคราะห์ความตรงไม่เดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ ความสำคัญและอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามผลการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวจะเป็นการพิสูจน์ให้เห็นถึงรูปแบบและระดับของความสัมพันธ์ของแนวคิดเท่านั้น แม้ว่าการอธิบายถึงเหตุผลของการวิจัยที่ได้ในบางส่วนอาจไม่สามารถที่จะสรุปได้อย่างชัดเจนด้วยหลักการแนวคิดนี้ ดังนั้นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งในการวิเคราะห์สรุปผลและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ทั้งนี้ในการศึกษา

วิจัยเชิงคุณภาพนั้นจะนำผลของการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา

ในประเด็นของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัยที่ได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สรุปผลการวิจัย

ดัชนีความกลมกลืนของโมเดลปัจจัยเหตุที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2/df=1.161$ GFI=0.990 AGFI=0.970 CFI=0.940 RMSEA=0.013 SRMR=0.015 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

(1) มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร (Hotel STD) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการตลาด (MOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.87 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2) มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร (Hotel STD) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงาน (Per) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.48 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (3) มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร (Hotel STD) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ (Ser Q) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อม

เท่ากับ 0.59 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05(4) มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคาร (Hotel STD) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสัมพันธ์กับชุมชน (Local Re) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.86 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(5) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Tech) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ (Ser Q) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.75 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(6) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Tech) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการตลาด (MOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 1.31 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(7) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Tech) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Per) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.41 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(8) การมุ่งเน้นการตลาด (MOR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Per) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.47 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(9) การมุ่งเน้นการตลาด (MOR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ (Ser Q) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.68 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05(10) คุณภาพการบริการ (Ser Q) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Per) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.55 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01(11) ความสัมพันธ์กับชุมชน (Local Re) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการตลาด (MOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 1.07 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่ามาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการตลาด ความสัมพันธ์กับชุมชน และผลการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 8, 10 และข้อที่ 11 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมาตรฐานด้าน ทำเลที่ตั้ง สถานที่ประกอบอาหารและอาหาร บริการเสริม บุคคลากรและด้านความปลอดภัยในระดับสูง ย่อมทำให้ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีความสามารถในการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารทำให้ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีความสามารถในการบริการจัดการเพิ่มขึ้น เช่น พนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงานที่หลากหลาย รวมถึงมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Millar & Baloglu. (2008) ที่กล่าวว่า การจัดให้โรงแรมได้รับมาตรฐานเป็นปัจจัยที่ถูกค่าใช้ในการพิจารณาเลือกพักธุรกิจโรงแรม รวมถึงมีความสำคัญต่อการดึงดูดลูกค้าใหม่ หรือลูกค้าที่มีมูลค่าสูงในตลาด นอกจากนี้ ข้อดีของการให้ความสำคัญทางด้านผลักดันให้โรงแรมมีมาตรฐานเป็นกลยุทธ์ของธุรกิจ จะก่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพ การเพิ่มคุณภาพของบริการ การเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ความสามารถในการเข้าถึงตลาดใหม่ การสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงาน ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่ดีขึ้น รวมถึงความได้เปรียบคู่แข่งทางธุรกิจ นอกจากนี้ การดำเนินงานตามการจัดให้โรงแรมได้รับมาตรฐานสามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการภายในธุรกิจโรงแรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้การบริการมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

(Green Leaflet, 2007., โยธิน อยู่จดี, 2555) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการที่โรงแรมปฏิบัติตามมาตรฐานมีเป้าหมายที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เช่นเดียวกัน (คอตเลอร์ และคณะ, 2554)

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของมาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารที่ส่งผลต่อผลคุณภาพการบริการ พบว่า มาตรฐานโรงแรมและภัตตาคารมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 9 ทั้งนี้อาจคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเจริญของโรงแรม ต้องทำให้ลูกค้ามีความสุขที่ได้รับบริการ และพนักงานต้องมีความสุขในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพอใจและบอกต่อๆ กันเพื่อมาใช้บริการโรงแรม และต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนด้วยโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานส่วนใหญ่เมื่อไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของคนก็อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพการบริการในระยะยาวมีความเห็นว่าจะต้องทำให้พนักงานที่มีประสบการณ์มากและมีความจงรักภักดีมีความสุข ส่วนพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้และความสามารถ ต้องใช้เหตุผลและหลักการบริหาร และควรเลี้ยงการรับพนักงานที่ผ่านงานมาหลายที่ ที่จะไม่กักปี เนื่องจากจะตั้งค่าตอบแทนสูงเวลามาสมัครงาน เพราะต้องการตำแหน่งสูงแต่มีประสบการณ์น้อยในงานแต่ละแห่ง ทำให้ทางโรงแรมไม่สามารถพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพได้อีกทั้งการเรียนในสถาบันการศึกษา เน้นทฤษฎี แต่เวลาทำงานต่างกันมาก และคนในปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานน้อยลงทุกวันดังนั้นหากโรงแรมไม่มีการพัฒนาคนแล้วถึงแม้โรงแรมจะได้รับมาตรฐานสถานที่ดี อาหารอร่อย มีความปลอดภัย มีบริการเสริมมากมายแต่ก็จะทำให้มาตรฐานที่มีอยู่ไม่ได้ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ (ที่มา จากการสัมภาษณ์

คุณยศภัทร จุลโบล ตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการโรงแรมโบต ลาทุน รีสอร์ท ภูเก็ต)

เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการและการมุ่งเน้นการตลาดซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 และข้อที่ 6 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร มีเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสามารถของพนักงานในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับสูง ย่อมทำให้ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีความสามารถในการจัดการคุณภาพการบริการและการมุ่งเน้นการตลาดในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Chen & Ching (2002), Coltman et al. (2010) ที่กล่าวว่า ในลักษณะเดียวกันว่า การนำระบบการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์มาใช้ในธุรกิจ ความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศปัจจัยเดียวไม่เพียงพอต่อการทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีได้ความต้องการเกี่ยวกับความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้าเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจสามารถตัดสินใจได้บนพื้นฐานของการมีข้อมูลเพียงพอ

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานตามสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทั้งนี้อาจเนื่องจากกิจการที่มีขนาดเล็กไม่สามารถที่จะสรรหาโปรแกรม หรือสารสนเทศได้อย่างเต็มที่ในตอนนี้อยู่ เนื่องจากกิจการที่มีขนาดเล็กมองว่าไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนเพราะต้องใช้เงินลงทุนสูงอีกทั้งแรงงานที่มีอยู่เป็นแรงงานที่เป็นการสลับสับเปลี่ยนอยู่บ่อยครั้ง จึงไม่ต้องการลงทุนเพิ่ม อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ทำให้

ตอบย้าว่าธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารแม้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่าเป็นการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำให้ผลตอบแทนสูง และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจในยุคปัจจุบัน แต่ธุรกิจโรงแรมของไทยนั้นยังไม่สามารถนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้งาน และประสบความสำเร็จดังเช่นชาวโลกทั้งหลายที่ใช้กันเป็นเพราะวิสัยทัศน์ทางด้านการบริหารที่มุ่งเน้นแต่การขาย โดยขาดการบูรณาการการใช้งานให้ครอบคลุมบทบาทของการบริการที่เป็นเลิศให้ครบทุกด้านการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับธุรกิจจะได้ประโยชน์อย่างเต็มที่เมื่อมีการบูรณาการเทคโนโลยีใช้งานในบทบาทหลักในการบริหารโดยเฉพาะด้านการตลาดให้ครบในทุกๆ ด้านจึงจะเกิดพลัง ถ้าโรงแรมทั้งหลายสามารถนำเอา เทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการงานด้านการบริหารของโรงแรมตนเองได้ครบถ้วนในทุกๆ ด้าน ก็จะเป็นประสิทธิภาพการบริหารของโรงแรมได้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรวดเร็วครอบคลุมตลาดที่กว้างไกล และต้นทุนที่ประหยัดที่จะส่งผลให้กับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ที่มาจากการสัมภาษณ์ นายพิชิต กาลจักร ตำแหน่งคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 30 มิถุนายน 2556 ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี)

การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีการมุ่งเน้นการตลาดด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาดในระดับสูง จะทำให้ธุรกิจโรงแรม มีคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น

ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย Frejkova. (2009) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีความสัมพันธ์ กับคุณภาพการบริการ และทำให้สามารถบรรลุผลการดำเนินงานที่ดี เนื่องจากการมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า แต่ยังเอาใจใส่ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอีกด้วย และงานวิจัยของ Sin et al. (2005) ที่กล่าวว่า การนำเอาการมุ่งเน้นการตลาดมาใช้ในธุรกิจโรงแรมสามารถช่วยทำให้ธุรกิจโรงแรมออกแบบและนำเสนอส่วนผสมทางด้านการบริการที่มีคุณภาพที่ดีเยี่ยมให้กับลูกค้า และทำให้ธุรกิจโรงแรมมีผลกำไรที่ดีได้

ความสัมพันธ์กับชุมชนมีอิทธิพลทางบวกต่อการมุ่งเน้นการตลาดสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีความสัมพันธ์กับชุมชนด้านการแต่งกาย อาหารท้องถิ่น สินค้าหัตถกรรม การละเล่นท้องถิ่นและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในระดับสูง จะทำให้ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีการมุ่งเน้นการตลาดในระดับที่สูงขึ้นทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการนำศิลปวัฒนธรรมมาเล่นท้องถิ่นมาใช้แสดงในกิจกรรมของโรงแรม โดยใช้นักแสดงที่มาจากคนในท้องถิ่นแสดงศิลปวัฒนธรรมการเล่นท้องถิ่นมีการสนับสนุนและช่วยจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นมีการนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาใช้ในกิจการใช้ชุดฟอร์มสำหรับพนักงานที่สอดคล้องกับการแต่งกายของชุมชนในท้องถิ่นให้คนในท้องถิ่นเป็นผู้ประกอบอาหารท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและชุมชนสำหรับประกอบอาหารในภัตตาคารซึ่งสอดคล้องกับ Medlik. (1990 : 4-5) ที่กล่าวว่าในหลายๆ

พื้นที่โรงแรมมีความสำคัญเปรียบเสมือนสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ซึ่งนำอำนาจการจ่ายและมีความตั้งใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าที่เคยจ่าย ในขณะที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นอยู่ที่บ้านของตนเอง จากการที่นักท่องเที่ยวจ่ายค่าโรงแรมมักจะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่นที่โรงแรมตั้งอยู่ ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยการกระจายรายได้ผ่านไปยังชุมชนอีกทั้งโรงแรมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับคนในท้องถิ่น ห้องอาหารบาร์และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ มักจะได้รับความนิยมจากลูกค้าท้องถิ่น และหลายโรงแรมยังเป็นศูนย์กลางของชุมชนอีกด้วย

คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้าในระดับสูงจะทำให้ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีผลการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้นทั้งนี้การทำการตลาดการบริการให้ประสบความสำเร็จนั้นนอกจากการทำการตลาดในรูปแบบดั้งเดิม ยังต้องมีองค์ประกอบทางด้านการตลาดที่สำคัญอีก 3 ประการ คือ การสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ความสามารถในการผลิต (Productivity) และสุดท้ายคือ คุณภาพของการบริการ (Service Quality) (Kotler, 2003) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang & Fong. (2010) ที่พบว่า คุณภาพของการบริการและภาพลักษณ์สีเขียว มีผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าการดำเนินงานตามมาตรการองค์การสีเขียวและบริการที่ดีเป็นแหล่งของ

ความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมมีผลการดำเนินงานที่ดี ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุทั้ง 5 ปัจจัย คือ คุณภาพการบริการ มาตรฐานโรงแรม และภัตตาคาร การมุ่งเน้นการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ และความสัมพันธ์กับชุมชน เนื่องจากปัจจัยเหตุทั้ง 5 ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งนำไปสู่การทำให้ธุรกิจโรงแรมมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและการมีผลการดำเนินงานที่ดี เนื่องจากการที่ธุรกิจโรงแรมมีทรัพยากรภายในของธุรกิจที่มีศักยภาพเป็นพื้นฐานของความสามารถของธุรกิจและความยั่งยืน ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). รายงานประจำปี พ.ศ.2554. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). เครื่องชี้การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ.2552. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร. (2554). รายงานการสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

- โยธิน อยู่จดี. (2555). สกู๊ปโลกร้อน: โรงแรมสีเขียว มาตรฐานไทยหนึ่งในมาตรฐานโลก. *โพสต์ทูเดย์*, 9 (3291), หน้า 1-4. สมาคมโรงแรมไทย. (2555). *Thailand Official Hotels Directory 2012*. ม.ป.ท.
- สภาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *รายงานประจำปี 2554 สภาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพด้านกระบวนการ. เข้าถึงได้จาก: <http://www.sme.go.th> [2556, 23 มกราคม].
- Chang, N.J., & Fong, C.M. (2010). Green product quality, green corporate image, green customer satisfaction, and green customer loyalty. *African journal of business management*, 4 (13), pp.2836-2844.
- Frejkova, D. (2009). *Analysis of the relationships between market orientation, customer relationship management and customer orientation* (Online). Available: <http://www.google.co.th> [2012, September 11].
- Green leaflet. (2007). *Green leaf foundation's magazine* (Special Issue). February-March-April 2007.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard business review*, 70, pp.71-79.
- Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California management review*, 39(1), pp.53-79.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. The Millennium ed. New Jersey : Prentice-Hall
- Kotler, P., and Anderson, A. R. (1987). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. New Jersey : Prentice-Hall
- Medlik s. (1990). *the business of hotels*. london heinemann professional publishing
- Millar, M., & Baloglu, S. (2008). Hotel guests' preferences for green hotel attributes. *Hospitality management*, pp.1-11.
- Narver, J.C., & Slater, S.F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, pp. 20-35.
- Sin, Leo Y.M., Tse, Alan C.B., Heung, Vincent C.S., & Yim, Frederick H.K. (2005). An analysis of the relationship between market orientation and business performance in the hotel industry. *Hospitality management*, 24, pp.555-577.