

รูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและ ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

Models of integrating supply chains on quality service and results operations
of the hotel business in Thailand

ปราณี ปิณโยชัย¹, บุรพร กำบุญ², ศิริพร สัจจามันท์³ และ ชลชนก โขนิยตคณิน⁴

Pranee Pinyocheep¹, Buraporn Kumboon², Siriporn Sajjanand³ and

Chonkanok Kositkanin⁴

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี^{1, 2, 3, 4}

Faculty of Business Administration Bangkok Thonburi University^{1, 2, 3, 4}

Email: chonkanok13@gmail.com

Received March 5, 2021; Revised March 19, 2020; Accepted March 22, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยรูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ ด้านการบูรณาการภายใน ด้านการบูรณาการกับลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม และ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association: THA) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย ระดับมาตรฐาน 3 ถึง 5 ดาว จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย พบว่า การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน และการบูรณาการกับลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน และการบูรณาการกับลูกค้าผ่านคุณภาพการบริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ดังนั้นความกลมกลืนของรูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดย

มีค่าดัชนีความกลมกลืน ทั้ง 6 ดัชนี ที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี $\chi^2 / df = 1.259$, CFI = 0.999, GFI = 0.966, AGFI = 0.941, RMSEA = 0.029 และ SRMR = 0.032 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การปรับโมเดล ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล โดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2 / df = 1.2566$, CFI = 0.998, GFI = 0.976, AGFI = 0.950, RMSEA = 0.028 และ SRMR = 0.023

คำสำคัญ: การบูรณาการโซ่อุปทาน; คุณภาพการบริการ; ผลการดำเนินงาน

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to analyze the causal effects of integration factors with suppliers and aspects of internal integration with customers on hotel business service quality; (2) to study the impact of service quality in conducting hotel business activities; and (3) to propose a model of integrated supply chain, according to service standards and the performance of the hotel business in Thailand. The population was hotel business executives who are members of the Thai Hotel Association (THA), A sample was selected from 400 business executives were included. Researchers have used multi-stage-sampling methods, and analyzed data using structural equation model analysis techniques (SEM).

The results of the study proved that the integration of suppliers internally and with customers had a direct positive impact on the efficiency of the hotel business. And the performance of the hotel business was indirectly affected by integration with suppliers. Solidarity with customers through internal integration and quality of service was consistent with the established research hypothesis. An index of the integration of supply chain integration models in terms of service quality and performance of the hotel business in Thailand. The model was consistent with empirical data, six indexes that met the acceptance criteria $C^2 / DF = 1.259$, CFI = 0.999, GFI = 0.966, AGFI = 0.941, RMSEA = 0.029, and SRMR = 0.032. It can be concluded that the structural equation modeling model was appropriate. The research data model harmonizes with the changes in the results of the analysis of the harmony index. Overall, after the researchers adjusted the model, it was found that the model was consistent with the practice

data. The six indexes that met the acceptance criteria were $C^2 / DF = 1,2566$, $CFI = 0.998$, $GFI = 0.976$, $AGFI = 0.950$, $RMSEA = 0.028$ and $SRMR = 0.023$.

Keywords: Supply chain integration; service quality; performance

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการต่อเนื่องกับธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยมีการนำเข้าเงินตราจากต่างประเทศ การจ้างงาน อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการด้านที่พักกับนักท่องเที่ยวมากมายหลากหลายรูปแบบ และมีลักษณะการบริการที่แตกต่างกัน ธุรกิจสถานที่พักแรมที่สำคัญ ได้แก่ โรงแรมระดับ 5 ดาว, ระดับ 4 ดาว, ระดับ 3 ดาว และไปจนถึงที่พักประเภทราคาประหยัด จากภาพรวมแล้วธุรกิจโรงแรม จัดเป็นรูปแบบสถานที่พักแรมที่มีลักษณะเฉพาะ และมีบทบาทสำคัญทั้งในเชิงการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

สำหรับปี 2563 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ในช่วง 14 ถึง 16 ล้านคน ลดลงร้อยละ -59.8 ถึง -64.8 จากปีก่อน มีรายได้ 8.28 ล้านบาท ลดลงร้อยละ -57.8 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 ล้านคน-ครั้ง ลดลง ร้อยละ -41.7 และมีรายได้เพียง 4.02 แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ -63.6 จากปีก่อน ทั้งนี้ ศูนย์วิจัย ธนาคารออมสินได้ประเมินการสูญเสียรายได้ของธุรกิจโรงแรมจากผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวอยู่ในช่วง -279,203.2 ถึง -418,440.3 ล้านบาท โดยจังหวัดที่สูญเสียรายได้สูงสุด 5 อันดับแรก คือกรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี และกระบี่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐได้จัดทำโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยว จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการกำลังใจ โครงการเราไปเที่ยวกัน และโครงการเที่ยวปันสุข โดยมุ่งหวังให้เกิดการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจและช่วยเหลือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง ทั้งนี้คาดว่าจะทิศทางธุรกิจโรงแรมจะกลับมาฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปในครึ่งปีหลัง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ภายในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ แต่หัวใจหลักของธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่เน้นการบริการ ฉะนั้นคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นของธุรกิจโรงแรมจะต้องมีประสิทธิภาพและได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งคุณภาพบริการจะอยู่ในระดับมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับการรับรู้การบริการที่ได้รับจริงกับความคาดหวังที่ก่อนเข้ารับบริการ (กิตติศักดิ์ เพ็ชรวงษ์, 2556) โดยจะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รู้สึกคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (พรลาภ ประโยชน์อมรกุล และศศิธร จวนพันธ์, 2561) คุณภาพบริการจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด และใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ โดย

การเสนอคุณภาพบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด (นิตยา พรวางาม, 2558)

ผู้วิจัยมีความตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาแนวคิดการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นการบูรณาการและการประสานความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และเปลี่ยนการให้ความสำคัญกับองค์กรเพียงหน่วยเดียวแต่ให้ความสำคัญกับทุกองค์กรในห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและเป็นการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทาน จึงเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ในห่วงโซ่อุปทานทุกองค์กรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ถึงแม้การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจะรุนแรงมากขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการ แต่ธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ก็รักษาการเติบโตของรายได้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมต่างพยายามพัฒนาการให้บริการของตนเอง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน โดยเฉพาะลูกค้าจากต่างประเทศที่ให้ความสำคัญด้านการบริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างในเชิงบวกให้กับธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ ด้านการบูรณาการภายใน ด้านการบูรณาการกับลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

วัดคุณภาพการบริการ ตามแนวคิดของ Aagja & Garg (2010) ซึ่งได้แบ่งมุมมองของการวัดไว้ 3 รูปแบบ คือ มุมมองอเมริกัน (American view) จะยึดเอาทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ที่ได้ทำการสร้างแบบวัดโดยได้แบ่งไว้ 5 มิติ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความเชื่อมั่นในการบริการ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การประกันภัยความมั่นคง (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) แต่ยังคงพบว่าตัวแปรในการวัดนั้นสามารถวัดในธุรกิจได้หลากหลายบริบท ทั้งค้าปลีก โรงแรม สถานศึกษา หรือแม้แต่โรงแรม แต่ยังคงขาดความเฉพาะเจาะจง และมีนักวิจัยพยายามพัฒนาต่อยอดอยู่ตลอดเวลา มุมมองยุโรป (Nordic view) ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณภาพการบริการไว้ 2 มิติ ได้แก่ คุณภาพด้านการทำงาน (Functional quality) และคุณภาพทางเทคนิค (Technical quality) และพบว่ามุมมองของยุโรปนั้นไม่เหมาะกับบริบทในประเทศไทย

ไทยเพราะมีมาตรฐานการบริการที่สูงกว่า มุมมองเอเชีย (Asia view) โดยยึดเอาแนวคิดของ Aagjia & Garg (2010) พบว่าปัจจัยที่สามารถนำมาเป็นตัววัดคุณภาพการบริการในโรงแรม ได้แก่ การเช็คอิน (Check In) การบริการของโรงแรม (Hotel service) บริการอื่น ๆ (Overall service) การเช็คเอาท์ (Check out) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) และเรียกว่า Pub Hos Qual โดยมีความเหมาะสมในการนำมาเป็นแนวคิดหลักของงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจากมีความเฉพาะเจาะจงในมุมมองของการให้บริการในโรงแรม และถูกพัฒนามาในมุมมองของคนเอเชีย ซึ่งเหมาะสมกับประเทศที่กำลังพัฒนา ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ตัวแปรในการวัดคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Aagjia & Garg (2010) ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกต ดังนี้ 1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibility) 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) 3) การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) 4) ความมั่นใจ (Assurance) 5) ความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

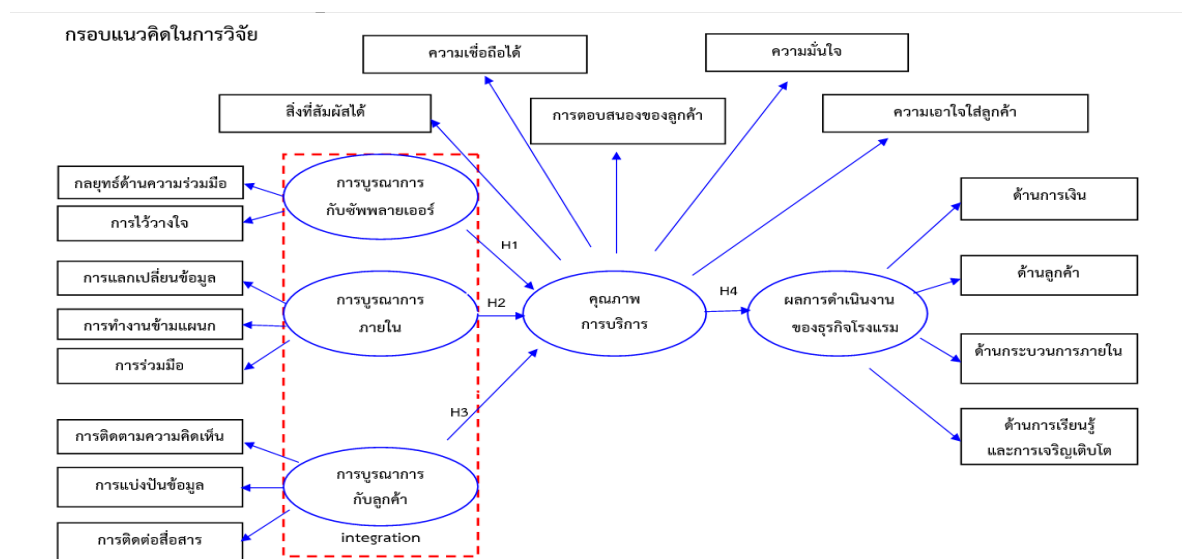
แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล (Balance Scorecard: BSC) แนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล (Balance Scorecard: BSC) เป็นแนวคิดที่ริเริ่มและพัฒนาในปี 1990 โดย Professor Robert Kaplan & Dr. David Norton (Chang & Ku, 2009) ซึ่งได้มีการศึกษาและสำรวจเกี่ยวกับสาเหตุของการที่ตลาดหุ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ประสบกับปัญหาวิกฤติ เมื่อปี ค.ศ. 1987 โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่นิยมใช้การวัดผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นหลักในการประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งอาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันที่รุนแรง Kaplan & Norton จึงได้นำเสนอแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานที่องค์การควรพิจารณาตัวชี้วัด 4 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) ต่อมา Kaplan & Norton ได้เขียนบทความเรื่อง “The Balanced Scorecard Measures that Drive Performance” และได้มีการตีพิมพ์ในวารสาร Harvard Business Review ในปี ค.ศ. 1992 โดยนำเสนอแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานขององค์การเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลการดำเนินงาน โดยไม่เพียงแต่วัดผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Perspectives) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Financial Perspectives) เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า กระบวนการภายในของธุรกิจ นวัตกรรมและการเรียนรู้ เป็นต้น (Chang & Ku, 2009) จากนั้นเป็นต้นมา แนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลจึงเป็นที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายในธุรกิจต่าง ๆ และเป็นเครื่องมือที่ประสบความสำเร็จในการวัดผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล ซึ่งกำหนดแนวทางการวัดผลการดำเนินงาน 4 มุมมอง คือ (1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) (2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) (3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) และ (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and

Growth Perspective) มาใช้เป็นแนวคิดและทฤษฎีในการศึกษาถึงรูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในประเทศไทย เนื่องจากการวัดผลการดำเนินงานตามแนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลเป็นเครื่องมือในการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ดีมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ Jain (2007) ที่กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานตามแนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลสามารถวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ครอบคลุมทั้งหมด นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานด้วยการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีมาใช้เป็นแนวทางพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจยังมีไม่มากนักและการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจตามแนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลยังมีไม่มากนัก ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Chang (2007) และ Chang & Ku (2009)

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยขั้นตอนนี้มีทั้งหมด 3 ตัวแปร ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) จำนวน 1 ตัวแปร คือ ตัวแปรคุณภาพการบริการในโรงแรม ทั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ดังนี้ สิ่งสัมผัสได้ (Tangibility) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

2. ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) ตัวแปรการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ โดยมีตัวแปรสังเกตได้ดังนี้ กลยุทธ์ด้านความร่วมมือ และการไว้วางใจ 2) ตัวแปรการบูรณาการภายใน โดยมีตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้ การแลกเปลี่ยนข้อมูล การทำงานข้ามแผนก

และการร่วมมือ 3) ตัวแปรการบูรณาการกับลูกค้า มีตัวแปรสังเกตได้ดังนี้ การติดตามความคิดเห็น การแบ่งปันข้อมูล และการติดต่อสื่อสาร

3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้วิจัยใช้แนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล (Balanced Scorecard: BSC) ในการวัดผลการดำเนินงาน 4 มิติ ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน และผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Interview) โดยมี การกำหนดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า และดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to-Face Interview) จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 5 คน ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำนวน 1 คน สมาคมโรงแรมไทย และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม จำนวน 4 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยและเทคนิคการเลือก กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association: THA) ในประเทศไทย ซึ่งแบ่งเป็น 10 ภาค (สมาคมโรงแรมไทย, 2562) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดจากตัวแทนของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย ระดับมาตรฐาน 3 ถึง 5 ดาว การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจโรงแรม ระดับมาตรฐาน 3 ถึง 5 ดาว ซึ่งมีจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ส่งผลให้เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ จึงอยู่ในรูปแบบการตั้งคำถามเป็นหลัก โดยผู้วิจัยเลือกตั้งคำถามให้มีลักษณะปลายเปิดหรือกึ่งโครงสร้าง เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่าวิธีการตั้ง คำถามรูปแบบนี้ สามารถก่อให้เกิดผลดีทั้งต่อผู้วิจัยและต่อผู้ให้สัมภาษณ์เอง ทั้งนี้ ขั้นตอนในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ข้อคำถามในแต่ละตัวแปรที่ผู้วิจัยทำการวิจัย ได้แก่ การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน การบูรณาการกับลูกค้า คุณภาพการบริการ และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยเป็นคำถามลักษณะปลายเปิด โดยมีข้อคำถามถึงโครงสร้าง

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือใช้การวิจัยเป็นแบบสอบถามผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) จากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก แบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์และประมวลผล ดังนี้ 1) จัดกลุ่มประเด็นสำคัญของข้อมูล ที่ได้จากการถอดคำพูด โดยแบ่งออกเป็นหน่วย วิเคราะห์ที่มีความหมายที่มีความสอดคล้องกับกรอบ แนวคิด ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวข้องกับตัวแปรการ บูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน การ บูรณาการกับลูกค้า คุณภาพการบริการ และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม 2) ดำเนินการรวบรวม ประเด็นสำคัญของคำตอบต่าง ๆ ให้เสร็จสิ้นทันที 3) หลังจากรวบรวมประเด็นสำคัญทั้งหมดครบถ้วน แล้ว จึงดำเนินการเขียนรายงานผลการวิเคราะห์จัดระบบกรอบแนวคิดที่สำคัญเพื่อสรุปผลการ วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 11
2. สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)
3. สถิติการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกต้องได้
4. สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

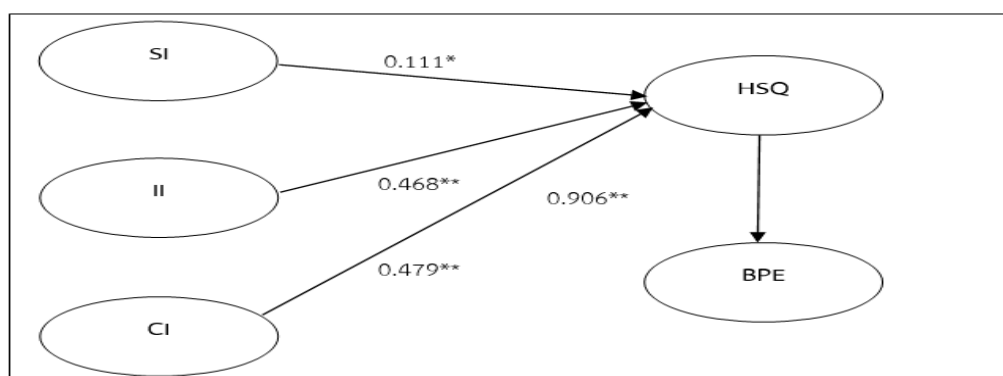
ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อ คุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย นั้นประกอบด้วยการบูรณา การกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน การบูรณาการกับลูกค้า คุณภาพการบริการและผลการ ดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย และได้พัฒนารูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อ คุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย เพื่อนำไปใช้พัฒนาแนวทาง ของธุรกิจโรงแรม

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BPE) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ (SI) เท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการบูรณาการภายใน (II) เท่ากับ 0.42 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และจากการบูรณาการกับลูกค้า (CI)

เท่ากับ 0.43 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมมีการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ (SI) กลยุทธ์ด้านรวมร่วมมือ ด้านความไว้วางใจ มีการบูรณาการภายใน (II) มีการทำงานข้ามแผนก การร่วมมือ และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และมีการบูรณาการกับลูกค้า ด้านการติดตามความคิดเห็น ด้านการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับแผนกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมในระดับที่สูงขึ้นแล้ว จะทำให้ธุรกิจโรงแรมมีคุณภาพการบริการ (HSQ) ด้านการตอบสนองกับลูกค้า (RE) ด้านความน่าเชื่อถือ (RL) ที่มีความเหมาะสม รวมถึงสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ (TA) ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งส่งผลทำให้ธุรกิจ มีผลการดำเนินงาน (BPE) ด้านกระบวนการภายใน และผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (INLOPER) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (CUSPER) รวมถึงมีผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (FINDER) ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการบูรณาการโซ่อุปทานที่มีต่อคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

1) การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dutu & Halmajan (2011) ที่พบว่า ความพร้อมของธุรกิจเกี่ยวกับการมีโครงสร้างด้านเทคนิคและรวมถึงการที่พนักงานมีความสามารถในการบูรณาการข้อมูลลูกค้ามีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรม การริเริ่มการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเกี่ยวกับการมีแหล่งข้อมูลของลูกค้าที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า การบูรณาการข้อมูลลูกค้าผ่านทุกช่องทางการติดต่อ การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่ทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าใหม่ และการดำเนินกิจกรรมการบำรุงรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรมหรือการสร้างความรักภักดีของลูกค้าความสามารถในการบริการที่ตอบสนองความ

ต้องการลูกค้าเป็นรายบุคคล บนพื้นฐานการสร้างมูลค่าจากลูกค้าในระยะยาวให้กับธุรกิจด้วยกิจกรรมการขายต่อเนื่อง และการขายต่อยอดที่สามารถสร้างมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า

2) การบูรณาการภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Razali et al. (2012) ที่กล่าวว่า โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมมีความสามารถในการประสานงานเพิ่มขึ้น เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจโรงแรมและลูกค้าเพิ่มขึ้น และพนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงานที่หลากหลาย รวมถึงมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การดำเนินงานการบูรณาการภายใน สามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการภายในธุรกิจโรงแรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้การบริการมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (Green Leaf Foundation, 2007 และโยธิน อยู่จงดี, 2560) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการบูรณาการภายในส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการ มีเป้าหมายที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจเช่นเดียวกัน

3) การบูรณาการกับลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Frejkova (2009) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีความสัมพันธ์กับการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ และทำให้สามารถบรรลุผลการดำเนินงานที่ดี เนื่องจากการมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า แต่ยังเอาใจใส่ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอีกด้วย และงานวิจัยของ Wu (2002) และ Richard (2008) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดเอื้ออำนวยและมีผลอย่างมากต่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดการคุณภาพการบริการของธุรกิจ เนื่องจากพื้นฐานของการมุ่งเน้นการตลาดเป็นการที่ธุรกิจ ให้ความสำคัญไปที่ลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายในการที่จะสร้างความสัมพันธ์ ตลอดจนถึงการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่งระหว่างแผนภายในธุรกิจอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

4) คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมีวรรณกรรมที่สนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ เช่น งานวิจัยของ Day & Van den Bulte (2002) และ Battor & Battor (2010) ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ เนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพสามารถทำให้ธุรกิจเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าและวิธีการปฏิบัติที่ดีในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การรักษาลูกค้า ซึ่งนำไปสู่การสร้างผลกำไรจากความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sansook (2012) ที่พบว่าคุณภาพการบริการทำให้ธุรกิจสามารถเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า นำไปสู่การมีผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ เช่น การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด การเพิ่มขึ้นของยอดขาย การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ และความสามารถในการรักษาลูกค้าเก่าของธุรกิจ

5) การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายในและการบูรณาการกับลูกค้า มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านคุณภาพการบริการ ทั้งนี้ คุณภาพการบริการจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้หากปราศจากการใช้การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ที่ส่งผลต่อคุณภาพการจัดการ จึงมีส่วนช่วยทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายด้วยการรวบรวมฐานข้อมูลลูกค้าและบูรณาการข้อมูลของลูกค้าที่มีอยู่จากแต่ละแผนกในธุรกิจ ตลอดจนทุกช่องทางของการติดต่อและจุดที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ประเมินมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้าจากข้อมูลการตอบสนองของลูกค้าต่อ กิจกรรมทางการตลาดและรูปแบบพฤติกรรมของลูกค้า (Dutu & Halmajan, 2011) ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนำไปสู่การทำให้ธุรกิจโรงแรมมีคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศและผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ และการดำเนินงานภายในองค์กรของธุรกิจโรงแรมเป็นแนวคิดที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีความสามารถในการตอบสนองความคาดหวัง หรือความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าสนใจในสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าดีขึ้น (Shrivastava, 1995; Benito & Benito, 2005 และ Razalli et al., 2012) นอกจากนี้ การดำเนินงานตามแนวคิดองค์การ สีเขียวทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการภายในธุรกิจโรงแรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้การบริการมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (Green Leaf Foundation, 2007 และ โยธิน อยุธยา, 2560)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการบูรณาการกับซัพพลายเออร์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านคุณภาพการบริการไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ การบูรณาการกับซัพพลายเออร์มีอิทธิพลระหว่างคุณภาพการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลผ่านกระบวนการจัดการลูกค้าไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ การดำเนินการตามการบูรณาการภายในเป็นแหล่งของความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพของการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความเชื่อใจของลูกค้า และการที่ธุรกิจมีการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานทางด้านการตลาดที่ดีจากการมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การมุ่งเน้นการตลาดมีการบริการที่มีคุณภาพ และสามารถบรรลุผลการดำเนินงานที่ดี

สรุป

การบูรณาการกับซัพพลายเออร์มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ การบูรณาการภายในมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ การบูรณาการกับลูกค้ามีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ การบูรณาการกับซัพพลายเออร์ การบูรณาการภายใน และการบูรณาการกับลูกค้า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านคุณภาพการ

บริการ แสดงว่าเมื่อมีกลยุทธ์ด้านความร่วมมือ และความสามารถของพนักงานในการร่วมมือกันปฏิบัติงาน และมีการดำเนินงานเกี่ยวกับการบูรณาการภายใน รวมถึงการบูรณาการกับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจมีคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองของลูกค้า และด้านเอาใจใส่ต่อลูกค้าของธุรกิจที่มีความเหมาะสมที่สูงขึ้น และทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานของธุรกิจในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในส่วนนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) สมาคมโรงแรมควรจัดให้มีหน่วยกลาง หรือศูนย์กลางที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับสมาชิกของสมาคมโรงแรม จัดการประชุม สัมมนา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม เพื่อกำหนดแนวทางการบูรณาการคุณภาพการบริการ และให้มีหน่วยงานรับผิดชอบในการจัดอบรมพัฒนาบุคลากรของทางโรงแรมโดยเฉพาะ

2) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรดำเนินการส่งเสริม และสนับสนุนให้โรงแรมมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ยกกระดับเพื่อภาพลักษณ์ ยกกระดับโรงแรมให้ดูมีคุณค่าคุ้มค่าราคามากขึ้น และสร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยในการเข้าพัก โดยกำหนดหลักเกณฑ์การตรวจสอบมาตรฐานของโรงแรม

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) ผู้ประกอบการโรงแรมควรมุ่งเน้นการให้บริการในด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดสัมมนา กลุ่มลูกค้าที่เคยมาใช้บริการและควรจัดทำโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย และให้ความใส่ใจด้านพนักงานขาย

2) การบูรณาการโรงแรม ควรมุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญกับระบบการรักษาความปลอดภัยและจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการ เพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และด้านบุคลากรควรจัดให้มีการอบรมคุณธรรมจริยธรรมให้กับพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2563. สืบค้นจาก

https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592

กิตติศักดิ์ เพ็ชรวงษ์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้เอาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจต่อการให้บริการของบริษัทประกันภัยในจังหวัดสุพรรณบุรี(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิตยา พร้าวม. (2558). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน:

- กรณีศึกษาโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรลาก ประโยชน์อมรกุล และศศิธร จัวนพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้ บริการโรงแรมฮอเต็ลเดย์อินน์รีสอร์ท ภูเก็ต. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการ บริหารธุรกิจ*, 4(2), 309–332.
- โยธิน อยู่จงดี. (2555). *โรงแรมสีเขียวมาตรฐานไทยหนึ่งในมาตรฐานโลก*. สืบค้นจาก <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/2555/20574.pdf>
- สมาคมโรงแรมไทย. (2562). *Thailand Official Hotels Directory 2018*. (ม.ป.ท.)
- Aagja, J. P., & Garg, R. (2010). Measuring perceived service quality for public Hospitals (PubHosQual) in the Indian context. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing: IJPHM*, 4(1), 60–83.
- Battor, M., & Battor, M. (2010). The impact of customer relationship management capability on innovation and performance advantages: Testing a mediated model. *Journal of Marketing Management*, 26(9–10), 842–857.
- Benito, J. G., & Benito, O. G. (2005). Environmental proactivity and business performance: An empirical analysis. *Omega, Elsevier*, 33(1), 1–15.
- Chang, H. H. (2007). Critical factors and benefits in the implementation of customer relationship management. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(5), 483–508.
- Chang, H. H., & Ku, P.W. (2009). Implementation of relationship quality for CRM performance: Acquisition of BPR and organizational learning. *Total Quality Management*, 20(3), 327–348.
- Day, G. S., & Van den Bulte, C. (2002). *Superiority in customer relationship management: Consequences for competitive advantage and performance*. The Wharton School, University of Pennsylvania.
- Dutu, C., & Halmajan, H. (2011). The effect of organizational readiness on CRM and business performance. *International Journal of Computers*, 1(5), 106–114.
- Frejkova, D. (2009). *Analysis of the relationships between market orientation, customer relationship management and customer orientation*. Retrieved from <http://www.google.co.th>
- Green Leaf Foundation. (2007). *Green Leaf Standard for Green Hotel*. Retrieved March 10, 2017, from http://www.greenleafthai.org/th/green_standard/
- Jain, KK. (2007). *Drug Delivery in Central Nervous System Disorders*. Basel, Switzerland: Jain Pharma Biotech Publications.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Razalli, M. R., Abdullah, S., & Yusoff, R. Z. (2012). Is halal certification process “Green”. *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 5(1), 33–41.
- Richard, J. E. (2008) *The impact of customer relationship management (CRM) Technology on business-to-business customer relationship*(Doctor of Philosophy in Marketing). Victoria University of Wellington.
- Sansook, J. (2012). *Strategic customer relationship management capabilities and market performance: An empirical study of private Hospitals in Thailand*(Doctor of Philosophy in Management). Mahasarakham University.
- Shrivastava, P. (1995). Environmental technologies and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 16, 183–200.
- Wu, W. (2002) *Customer relationship management (CRM) technology, market orientation, and organizational performance*(Master of Science in Administration). Concordia University.