

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย

Factors affecting the performance of large hotels business in Thailand

วรชาติ ดุลยเสถียร *

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย มุมมองบริบทของสถานการณ์การแข่งขัน ทิศทางปัญหา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ 2. ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย 3. ศึกษารูปแบบ สถานการณ์การแข่งขัน ทิศทางปัญหา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ มีผลต่อผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย อย่างไร

ดำเนินการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาคำตอบ ประชากรเป็น ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ทเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 41 แห่ง จำนวน 246 คน

ผลการศึกษา โมเดลสมการโครงสร้างทางทฤษฎีเมื่อพิจารณาจากค่าสถิติพบว่าไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยสถานการณ์การแข่งขันไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์นวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานแต่มีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านตัวแปรทิศทางปัญหา ทั้งนี้เป็นเพราะบริบทลักษณะจำเพาะของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย เมื่อปรับโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า มีค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 43.428 ค่า Degree of Freedom (df) เท่ากับ 34 ค่าอัตราส่วนของ Chi-Square/ Degree of Freedom เท่ากับ 1.277 ค่า GFI เท่ากับ 0.948 ค่า CFI เท่ากับ 0.991 ค่า Root Mean Square Residual (RMR) เท่ากับ 0.030 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.046 มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ สถานการณ์การแข่งขัน ทิศทางปัญหา กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ ผลการดำเนินงาน ธุรกิจโรงแรม

* นักศึกษาปริญญาโทบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

The purpose of study, Factors that affect the business in a large hotel. 1. The purpose is to study the factors that influence the performance of a large hotel in Thailand. View the context of the competition rivalry of intellectual capital and service Innovation strategy 2. The relationship model between the causal factor. The performance of the large hotel business. 3. Study the competition, intellectual capital and service Innovation strategy. Affect the performance of the large hotel business.in Thailand.

Conduct Quantitative Research using questionnaires. for the answers of the manager and assistant manager in front of the hotel and resort is a total of 41 respondents from a total of 246.person.

The study structural equation model theory, considering the statistics that are consistent with empirical data. The competitive situation is not enviable directly to business strategy and performance, but with enviable indirectly through variable intellectual capital. This is because the characteristics of the context. When the model was structural equation model with the Chi-Square (χ^2) equal to 43.428 the Degree of Freedom (df) equal to 34 ratio of Chi-Square / Degree of Freedom equals 1.277 the GFI equals 0.948 the CFI of 0.991 value. Root Mean Square Residual (RMR) was 0.030 and RMSEA equals 0.046.

Keywords: Competition Rivalry, Intellectual Capital, Service Innovation Strategy, Performance, Hotel Business.

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยการที่ประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยและเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งและการท่องเที่ยวของภูมิภาค สอดคล้องกับข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวประจำปี 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยรวม 1.13 ล้านล้านบาท. และมีจำนวนนักท่องเที่ยว ถึง 24.7 ล้านคน และหลังจากการเปิดเสรีภูมิภาคอาเซียนที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการตื่นตัวและเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยวและนักลงทุนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมส่วนหนึ่งในประเทศไทยมีการใช้เครื่องต่างชนิดบริหารจัดการ เนื่องด้วยชื่อเสียงและมาตรฐานการบริการที่เป็นสากล ประกอบกับการมีฐานข้อมูลลูกค้าที่มากกว่าทำให้สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด ส่งผลให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจที่จะใช้บริการจากลูกค้า ซึ่งโครงสร้างของธุรกิจโรงแรมระดับโลกได้ถูกบริหารงานโดยเครือโรงแรมขนาดใหญ่ สำหรับธุรกิจโรงแรมของไทยนั้นมีหลายเครือ ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยการเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น เครือออนิกซ์ โฮสพิทาลิตี้ กรุ๊ป เครือเซ็นทารา และเครือดุสิต เป็นต้น โดยจุดสำคัญที่ทำให้เครือโรงแรมไทยได้รับการยอมรับในระดับโลก คือการบริการในรูปแบบของคนไทย ด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอันเป็นสิ่งที่เครือ

ต่างประเทศไม่สามารถทำได้ ซึ่งธุรกิจโรงแรมในเครือ เซ็นทารา เป็นธุรกิจของคนไทยที่ใหญ่ที่สุดอันดับหนึ่งของประเทศ มี convention center ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมในเครือเซ็นทารา มีโรงแรมในเครืออยู่ 75 แห่ง รวมห้องพักกว่า 10,000 ห้อง กระจายอยู่ 11 ประเทศทั่วโลก ทั้งในหมู่เกาะมัลดีฟส์ ประเทศศรีลังกา และ ประเทศอินเดีย เวียดนาม จีน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามจากสภาวะดังกล่าว ธุรกิจด้านโรงแรม มีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้แต่ละธุรกิจโรงแรมต่างพยายาม พัฒนาเพื่อความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการบริหารจัดการต่าง ๆ สำหรับธุรกิจโรงแรม ซึ่ง การจัดการทุนทางปัญญา การจัดการนวัตกรรมบริการ และ การจัดการสภาพการแข่งขัน จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทที่สำคัญในการบริหารจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง แม้ว่าธุรกิจโรงแรมในเครือเซ็นทาราทั้งหมดมีแนวทางในการดำเนินงานเหมือนกัน อยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย กลยุทธ์ ภาวะเปิยบ คำสั่ง และมีผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน แต่ผลการดำเนินธุรกิจกลับมีความ แตกต่างกัน จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ปัจจัยใดบ้างที่ ส่งผลต่อความแตกต่างการดำเนินธุรกิจของโรงแรมในเครือเซ็นทาราเป็นอย่างไร โดยเครือเซ็นทาราในกลุ่ม บริษัท เซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) เป็นประชากรตัวแทนของงานวิจัย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective of research)

1. ศึกษาปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย มุมมองบริบทของสถานการณ์การแข่งขัน ทุนทางปัญญา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ
2. ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุ กับผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย มุมมองบริบทของสถานการณ์การแข่งขัน ทุนทางปัญญา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ
3. ศึกษารูปแบบ สถานการณ์การแข่งขัน ทุนทางปัญญา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ มีผลต่อผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย อย่างไร

3. สมมติฐานของการวิจัย (Hypothesis to be tested)

สมมติฐานที่ 1: สถานการณ์การแข่งขันมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ และอิทธิพลโดยอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของเครือโรงแรมผ่าน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ทุนทางปัญญา 2) กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 2 ข้อดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1: สถานการณ์การแข่งขันมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

สมมติฐานย่อย 1.2: สถานการณ์การแข่งขันมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์นวัตกรรมบริการของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

สมมติฐานย่อย 1.3: สถานการณ์การแข่งขันมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อทุนทางปัญญาของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2: ทุนทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ และอิทธิพลโดยอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของเครือโรงแรมผ่านกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 2 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1: ทูทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2.2: ทูทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์นวัตกรรมบริการของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

สมมติฐานที่ 3: กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่

4. ประโยชน์ที่ได้รับ (Practical application)

4.1. ผลของการวิจัยสามารถยืนยันทฤษฎีองค์ความรู้ ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จากการอธิบายปรากฏการณ์ด้วยทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 3 ทฤษฎี ประกอบกับการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมา พบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์และผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จากการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยซึ่งครอบคลุมตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง จึงเกิดประโยชน์อย่างยิ่งในเชิงทฤษฎี ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่า ความแตกต่างกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ส่งผลต่อระดับผลของการดำเนินงานที่แตกต่างกันได้

4.2. ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต่าง ๆ ใช้เป็นแนวทางการบริหาร เพื่อปรับปรุงและพัฒนาในการกำหนดวางแผนกลยุทธ์ทางการจัดการบริหาร และการตลาดได้อย่างเหมาะสมโดยนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ และสร้างโอกาสในการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก

4.3. ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจนำผลงานวิจัยนี้ไปใช้ในการประกอบการพิจารณากำหนดนโยบาย ออกกฎ และระเบียบรวมทั้งการวางแผนในการพัฒนาสนับสนุน ส่งเสริมขีดความสามารถได้อย่างถูกต้องตรงกับประเด็นตามความต้องการของธุรกิจ ให้สามารถในการสร้างโอกาสในการแข่งขันกับคู่ค้าได้อย่างเป็นเหตุเป็นผลในการแข่งขันในตลาดโลก

5. ขอบเขตการวิจัย (Scope or delimitation of study)

5.1.ขอบเขตของการวิจัยด้านประชากร ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา อยู่ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 41 โรงแรมและรีสอร์ท ระดับสูง ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการรีสอร์ท ผู้จัดการโรงแรม จำนวน 41 คน ผู้บริหารระดับกลาง ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายงานต่าง ๆ จำนวน 82 คน และผู้บริหารระดับปฏิบัติการ ได้แก่ หัวหน้าหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 123 คน รวมทั้งสิ้น 246 คน

5.2.ขอบเขตของการวิจัยด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้ กำหนดการศึกษาถึงองค์ประกอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานการณ์การแข่งขัน การจัดการทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการ ที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ มีผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นต่างกัน

5.3.ขอบเขตของการวิจัยด้านตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาขอบเขตของการวิจัยด้านตัวแปรของงานวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (independent variables) และตัวแปรตาม (dependent variables) โดยจำแนกรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) หมายถึง การยืนยันหรือสนับสนุนในรูปแบบที่เป็นสาเหตุและผลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวเกิดจากตัวแปรนั้น ๆ ที่เป็นสาเหตุโดยตรงหรือโดยทางอ้อม โดยไปร่วมกับตัวแปรอื่นในการทำให้เกิดความแปรปรวนในตัวแปรตามของผลดำเนินการธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ ได้แก่

1.) สถานการณ์การแข่งขัน (Competition Rivalry) ประกอบไปด้วยมิติ การขับเคลื่อนการแข่งขัน (Competition Driven) การวิเคราะห์การแข่งขันภายนอก (Analysis of external competition) และการวิเคราะห์การแข่งขันภายใน (Analysis of internal competition)

2.) ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบไปด้วยมิติ ทุนมนุษย์ (Human Capital) มิติทุนโครงสร้าง (Structural Capital) และมิติทุนทางสัมพันธ์ (Relational Capital)

3.) กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ (Service Innovation Strategy) ประกอบด้วย การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ (Creative Service Idea) เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง (Attitude toward Change) และการสร้างการเรียนรู้ (Generative Learning)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ผลการดำเนินงาน (Performance) ของเครือโรงแรมเซ็นทารา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของลูกค้า (Employee Satisfaction) มิติความพึงพอใจของพนักงาน (Customer Satisfaction) และมิติผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (Chain performance)

5.4. ขอบเขตของการวิจัยด้านระยะเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการใช้วิธีการสัมภาษณ์และโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือน มีนาคม-ตุลาคม 2558

6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Review of related literature)

6.1. แนวคิดผลดำเนินการ ความสำเร็จขององค์กร (Business Performance)

ความหมายของผลการดำเนินงาน Burke and Litwin (1992) ให้ความหมายของผลการดำเนินงานว่า ผลลัพธ์หรือผลที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จผลลัพธ์ดังกล่าวประกอบด้วยความสามารถ ในการผลิต (Productivity) กำไร (Profit) คุณภาพการบริการ (Service Quality) และความพึงพอใจของลูกค้าหรือพนักงาน (Customer or Employee Satisfaction) นอกจากนั้นแล้ว ตัวชี้วัดอื่น ๆ ยังมีดังเช่น ความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน การให้รางวัลและค่าตอบแทนที่มีความเป็นธรรมงานที่มีคุณค่า และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม (Beer and Walton, 1990) การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรสามารถแบ่งระดับการวัดผลออกเป็นหลายประเภทเช่น การวัดผลในระดับองค์กร/บุคคล การวัดผลการดำเนินการภายใน/ภายนอกองค์กร (Selden and Brewer, 2000) หรือการวัดผลการดำเนินการทางการเงิน (Financial Performance) (เช่น ROI, ROA, กำไรสุทธิ) /การปฏิบัติงาน เช่น ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา ค่าใช้จ่ายในการทำตลาด ฯลฯ ปัจจุบันนักวิชาการได้พัฒนาเทคนิคในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรมากมาย เช่นการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) (Kaplan and Norton, 1992)

6.2. แนวคิดสถานการณ์การแข่งขัน (Competition Rivalry)

ปัจจุบันเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า การดำเนินการต่าง ๆ ของทุกองค์กร ย่อมได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร เพราะเปรียบเสมือนระบบเปิดที่ต้องได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพสังคม การเมือง กฎหมาย ความต้องการของ

ลูกค้า การแข่งขันความได้เปรียบในการแข่งขันของคู่แข่ง ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ Chen (1996) เสนอโมเดลในการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน (Competitive Rivalry) โดยโมเดลดังกล่าวเริ่มจากการวิเคราะห์การแข่งขันจากคู่แข่งทั้งที่อยู่ในสายงานเดียวกันรวมถึงคู่แข่งหรือมีทรัพยากรในการดำเนินการคล้ายคลึงกันอย่างไรก็ตาม ความสามารถในการวิเคราะห์คู่แข่งในขั้นต้นขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการตระหนักตัวขององค์กร การมุ่งใจให้พนักงานเข้ามามีส่วนรวมในการวิเคราะห์การแข่งขัน ทั้งนี้ การกำหนดยุทธศาสตร์ในการตอบสนอง ต่อการแข่งขันขององค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้นยังขึ้นกับปัจจัยสำคัญทั้งในเรื่องของการตระหนักตัวขององค์กร การมุ่งใจให้พนักงานและองค์กรมีพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อการตอบสนองต่อคู่แข่ง รวมถึงความสามารถของผู้บริหารและพนักงานในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การตอบสนองต่อคู่แข่งในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ทุกองค์การจะต้องติดตามสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมของตนอย่างใกล้ชิดโดยเฉพาะในประเด็นของลูกค้า

6.3. แนวคิดการจัดการทุนทางปัญญา (Intellectual Capital Management)

การจัดการทุนทางปัญญาที่ผ่านมามีแนวคิดและโมเดลที่หลากหลาย มีแนวคิดใหม่ๆเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ปรียณู ชัยกองเกียรติ (2551) ได้ศึกษาโมเดลการจัดการทุนทางปัญญาของสมาคมทางด้านการฝึกอบรมและพัฒนาของอเมริกา และพบว่าเป็นโมเดลที่น่าสนใจ มีกระบวนการที่เชื่อมต่อไปยังกลยุทธ์ขององค์กร มีการกล่าวถึงระบบขององค์กรที่เอื้อ และมีผลให้กระบวนการจัดการความรู้ประสบผลสำเร็จ ในปัจจุบันมีวิธีการวัดทุนทางปัญญาอยู่หลายวิธี วิธีการใหม่ๆเกิดขึ้นเพื่อวัดในสิ่งที่ทำให้เกิดประโยชน์กับองค์กรมากที่สุด ที่ผ่านมานักวิจัยพัฒนาเครื่องมือวัดทุนทางปัญญาเพื่อใช้ในการภายในแต่ละองค์กรมากกว่าที่จะพัฒนาให้เป็นเครื่องมือในระดับสากล (Montequin and Fernandez, 2013) วิธีการวัดที่นิยมแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่ 1) การวัดทุนทางปัญญาโดยตรง (Direct IC methods) โดยการประมาณค่าสินทรัพย์ทางปัญญาออกมาเป็นตัวเลข 2) การวัดการลงทุนในตลาด (Market capitalization methods) 3) การวัดผลประโยชน์จากการลงทุน (Return On Assets methods-ROA) และ 4) การประเมินแบบสมดุล แม้การวัดทุนทางปัญญาจะมีหลายวิธีก็ตาม แต่ยังคงเป็นการวัดสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ยังไม่มีวิธีใดสมบูรณ์แบบ ผู้วิจัยจึงจัดองค์ประกอบการจัดการทุนทางปัญญาตามแนวคิดของ Edvinsson and Malone (1997) ใน 3 องค์ประกอบใหญ่ ได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสัมพันธ์ (Relation Capital) และทุนโครงสร้าง (Structural Capital) โดยได้สร้างองค์ประกอบย่อยและตัวชี้วัดขึ้นใหม่ จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเครือเซ็นทารา

6.4. แนวคิดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ

แนวคิดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย แนวคิดนวัตกรรมบริการ (service innovation) Schiffman & Kanuk (2010) กล่าวว่ายังไม่มีคำนิยามใดซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ดังนั้น จึงมีผู้ให้คำนิยามไว้หลายหลายขึ้นอยู่กับมุมมองของการใช้โดยมีนิยามแบบกว้างและแบบแคบ เช่น Blackwell, Miniard & Engel (2006) เสนอว่า นวัตกรรม คือ ความคิด หรือ สินค้า ซึ่งผู้นำไปใช้เห็นว่าเป็นสิ่งใหม่ Lyons, Chatman & Joyce (2007) ให้ความหมายอย่างกว้าง คือ การรวมความคิดสร้างสรรค์และการนำความคิดใหม่และเป็นประโยชน์นั้นไปทำให้เกิดขึ้นโดยอาจรวมการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาทำด้วยวิธีการใหม่ หรือ การคิดค้นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน

ซึ่ง การนำแนวทางการพัฒนา นวัตกรรมสินค้ามาใช้กับนวัตกรรมบริการมีข้อเสีย เพราะการคิดค้นนวัตกรรมสินค้ามักเป็นการใช้แนวทางแบบออกสินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีออกขายในตลาดมาก่อนในขณะที่นวัตกรรมบริการมักเป็นการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปมากกว่า

7. วิธีดำเนินการวิจัย (Research methodology)

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย มีวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (in-depth interview) เพื่อนำไปสร้างข้อคำถาม ขั้นตอนที่ 2 เป็นการค้นหาข้อคำถาม เพื่อเสาะหาข้อมูลเชิงประจักษ์ วัดความเที่ยงตรง (validity) และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) เพื่อวัดความสอดคล้องภายในด้วยวิธีของ Cronbach ขั้นตอนที่ 3 ทำการทดสอบสมมติฐานเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis--CFA)

7.1 ประชากร ผู้วิจัยได้เลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ทเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 41 แห่ง ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการรีสอร์ท ผู้จัดการโรงแรม จำนวน 41 คน และผู้บริหารระดับกลาง ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายงานต่าง ๆ จำนวน 82 คน และผู้บริหารระดับปฏิบัติการ ได้แก่ หัวหน้าหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 123 คน รวมทั้งสิ้น 246 คน สอดคล้องกับ Schumacker และ Lomax (1996) ได้กำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปร เป็น 10-20 ต่อ 1

7.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดโดยกำหนดเป็น ตัวแปรอิสระ(independent variable) และตัวแปรตาม(dependent variable) ได้แก่

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งประกอบด้วย 3 ตัวแปร อันได้แก่

1.) สถานการณ์การแข่งขัน (Competition Rivalry) ประกอบไปด้วยมิติ การขับเคลื่อนการแข่งขัน (Competition Driven) การวิเคราะห์การแข่งขันภายนอก (Analysis of external competition) และการวิเคราะห์การแข่งขันภายใน (Analysis of internal competition)

2.) ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบไปด้วยมิติ ทูทุนมนุษย์ (Human Capital) มิติ ทูทุนสัมพันธ์ (Relational Capital) และมิติทุนโครงสร้าง (Structural Capital)

3.) กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ (Service Innovation Strategy) ประกอบด้วย การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ (Creative Service Idea) เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง (Attitude toward Change) และการสร้างการเรียนรู้ (Generative Learning)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของลูกค้า (Employee Satisfaction) มิติความพึงพอใจของพนักงาน (Customer Satisfaction) และมิติผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Chain performance)

7.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย เป็นลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (check-list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์การวิเคราะห์คะแนนในการให้ค่าน้ำหนักการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีวัดค่าคะแนนของ Likert Scale

การตรวจสอบคุณภาพมาตรวัด หลังจากการดำเนินการแบบสอบถามฉบับร่างที่ 1 โดยผ่านการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไข IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ผู้ซึ่งมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการวิจัยทำการประเมินข้อคำถาม ทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถามเพื่อดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยในการพิจารณาให้คะแนนความเหมาะสมของข้อคำถามด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Item Objective Congruence แล้วนำไปทดลอง (try-out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัด ซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพของมาตรวัด (Quality of scale) ในด้านความตรง (Validity) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ทั้งนี้ด้วยผลค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้แอลฟาทั้งหมด 0.80 ซึ่งถือว่าเป็นมาตรวัดค่าความเชื่อถือได้ที่สูง

8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Result)

8.1 สถิติพื้นฐานแสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้มีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ องค์กรของเครือโรงแรมแต่ละแห่ง ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังโรงแรมและรีสอร์ทในเครือ เช่น ทاراที่อยู่ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 41 แห่ง ซึ่งขณะที่ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ คือ ผู้จัดการโรงแรมและรีสอร์ท ผู้ช่วยในตำแหน่งต่าง ๆ แต่ละแห่ง รวมทั้งสิ้น 246 คน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 131 คน คิดเป็นร้อยละ 53.47 ในการตอบแบบสอบถาม จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่ร้อยละ 53.4 และ 46.6 ตามลำดับ อายุผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 51.1 และ 41-50 ปี ร้อยละ 28.2 สำหรับอายุน้อยกว่า 30 ปี มีเพียงร้อยละ 8.4 และส่วนใหญ่แล้ว จะมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไปถึงร้อยละ 32.8 ส่วนใหญ่โรงแรมและรีสอร์ท อยู่ในแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 63.4 แสดงว่าธุรกิจโรงแรมกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยที่ผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.4 และควรมีประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 15 ปี ถึงร้อยละ 32.8 แสดงว่า การให้ความสำคัญกับภาคการจัดการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในประเทศไทย เพศหญิง เหมาะสมกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ทำงาน

8.2 อำนาจจำแนกและความเชื่อถือได้ของข้อคำถามในแต่ละตัวแปรสังเกตได้

พบว่า ค่าอำนาจการจำแนกของการวิเคราะห์การแข่งขันภายใน มีค่าระหว่าง 0.542 - 0.624 และค่าความเชื่อถือได้การวิเคราะห์การแข่งขันภายใน เท่ากับ 0.853 ค่าอำนาจการจำแนกของการวิเคราะห์การแข่งขันภายนอก มีค่าระหว่าง 0.504 - 0.648 และค่าความเชื่อถือได้ของการแข่งขันภายนอก เท่ากับ 0.853 ค่าอำนาจการจำแนกของการขับเคลื่อนการแข่งขัน มีค่าระหว่าง 0.431 - 0.620 และค่าความเชื่อถือได้ของการขับเคลื่อนการแข่งขัน เท่ากับ 0.855 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัดอยู่ในระดับสูง

ค่าอำนาจการจำแนกของทุนมนุษย์มีค่าระหว่าง 0.419 - 0.649 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.908 ค่าอำนาจจำแนกของทุนโครงสร้าง มีค่าระหว่าง 0.520 - 0.799 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.905 ค่าอำนาจจำแนกของทุนสัมพันธ์มีค่าระหว่าง 0.570 - 0.731 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.905 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัดอยู่ในระดับสูง

ค่าอำนาจการจำแนกของการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการมีค่าระหว่าง 0.421 - 0.692 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.911 ค่าอำนาจจำแนกของเจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงมีค่าระหว่าง 0.603 - 0.757 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.908 ค่าอำนาจจำแนกของการสร้างการเรียนรู้มีค่าระหว่าง 0.700 - 0.767 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.904 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัดอยู่ในระดับสูง

ค่าอำนาจการจำแนกของความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าระหว่าง 0.482 - 0.743 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.902 ค่าอำนาจจำแนกของความพึงพอใจของพนักงานมีค่าระหว่าง 0.663 - 0.757 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.898 ค่าอำนาจจำแนกของผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงินมีค่าระหว่าง 0.364 - 0.711 และค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.904 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัดอยู่ในระดับสูง

8.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ด้วยการใช้โปรแกรม AMOS พบว่า

1. สถานการณ์แข่งขัน พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรการแข่งขันมากที่สุด เท่ากับ 0.767 การวิเคราะห์การแข่งขันภายนอก และการวิเคราะห์การแข่งขันภายใน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.707 และ 0.653 ตามลำดับ ค่า AVE มีค่าเท่ากับ 0.504 ซึ่งมากกว่า 0.5 เช่นกัน (Hair et al., 2006) จึงเป็นค่าที่เหมาะสม และเมื่อพิจารณาค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบ มีค่า 0.634 ซึ่งค่าสถิติทั้ง สามสามารถสรุปได้ว่า โมเดลมาตรวัดสถานการณ์การแข่งขันมีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

2. ทุนทางปัญญา พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรทุนโครงสร้างมากที่สุด เท่ากับ 0.947 ทุนมนุษย์ และทุนความสัมพันธ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.739 และ 0.643 ตามลำดับ ซึ่ง มีค่าความ เชื่อถือได้เหมาะสม และยังพบว่า ค่าอัตราส่วนของไคสแควร์กับ Degree of Freedom (χ^2 / df) เท่ากับ 0.834 ค่าสถิติทดสอบ p-Value เท่ากับ 0.166 ค่า GFI เท่ากับ 0.996 ค่า CFI เท่ากับ 1.000 ค่า RMR เท่ากับ 0.007 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.000 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าโมเดลมาตรวัดทุนทางปัญญามีความสอดคล้องกลมกลืน กับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

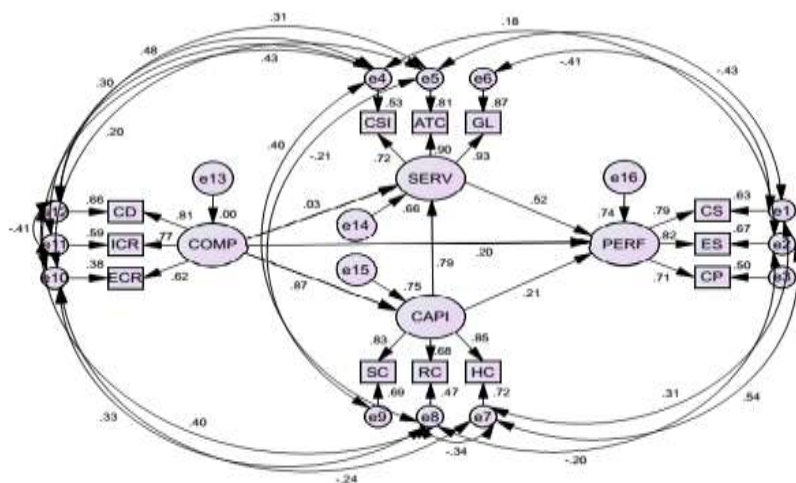
3. นวัตกรรมบริการ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรการสร้างการเรียนรู้มากที่สุด เท่ากับ 0.931 เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.825 และ 0.708 ตามลำดับ ค่า AVE ของ มีค่าเท่ากับ 0.683 ซึ่งมากกว่า 0.5 เช่นกัน จึงเป็นค่าที่ เหมาะสม และเมื่อพิจารณาค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบ มีค่า 0.791 สามารถสรุปได้ว่า การสร้างสรรค์แนวคิด ใหม่ในการบริการ เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้มีค่าความเชื่อถือได้เหมาะสม สามารถ

สรุปได้ว่าโมเดลมาตรวัดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

4. ผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรม พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรความพึงพอใจของพนักงานมากที่สุด เท่ากับ 0.852 ความพึงพอใจของลูกค้า และผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.789 และ 0.677ตามลำดับ จึงเป็นค่าที่เหมาะสม และเมื่อพิจารณาค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบ มีค่า 0.761 สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน และผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน มีความเชื่อถือได้เหมาะสม สามารถสรุปได้ว่าโมเดลมาตรวัดผลการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

8.4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

1. ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล Hair et al. (2006: 742) ได้แนะนำว่าขนาดตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุดที่อาจยอมรับได้ของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอาจจะเหลือเพียง 100-150 ตัวอย่าง ก็ได้ถ้าข้อมูลมีความสมบูรณ์และมาตรวัดเข้มแข็ง ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนตัวอย่าง 131 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดและปรากฏว่าข้อมูลทุกชุดมีความสมบูรณ์ ตลอดจนผลการวิเคราะห์โมเดลมาตรวัดมีความเหมาะสม

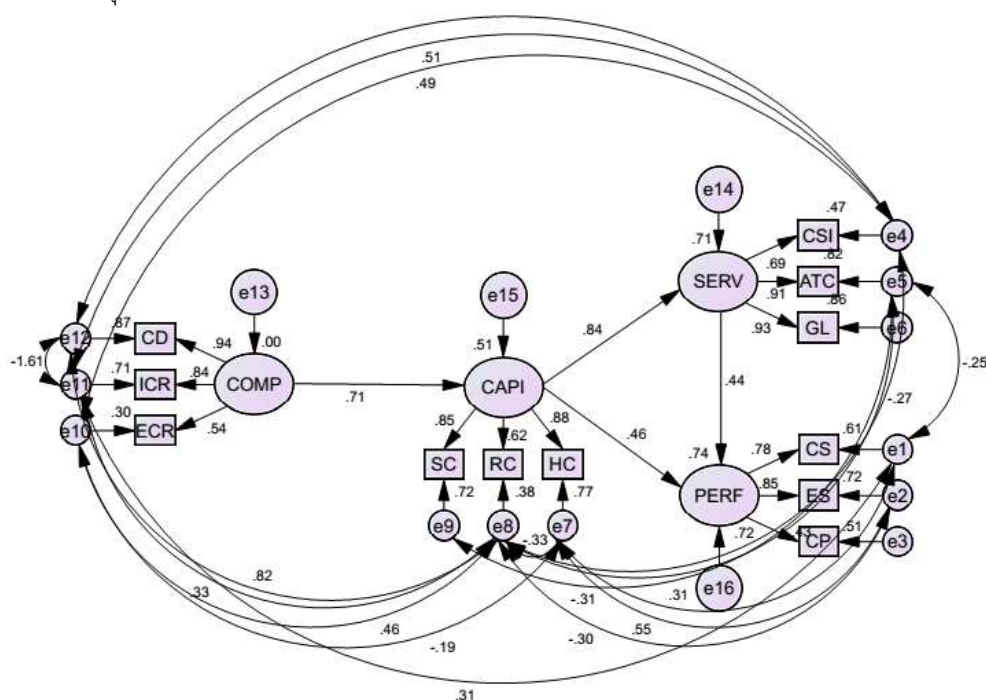


ภาพที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้างผลกระทบเชิงประจักษ์ของสถานการณ์แข่งขัน ทุนทางปัญญา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทยตามแบบโมเดลสมการโครงสร้างทางทฤษฎี

พบว่า หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลสมการโครงสร้างตามทฤษฎี มีค่าเหมาะสมตามเกณฑ์เป็นส่วนใหญ่ โดยค่า Chi-Square (χ^2) อยู่ที่ 30.496 ค่า degree of freedom (df) อยู่ที่ 30 อัตราส่วน Chi-Square/ degree of freedom (χ^2/df) อยู่ที่ 1.017 เป็นค่าที่น้อยกว่า 2 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ค่า Goodness of Fit Index (GFI) อยู่ที่ 0.963 ค่า Comparative Fit Index (CFI) อยู่ที่ 1.000 ค่า Root Mean Square Residual (RMR) อยู่ที่ 0.015 และค่า Root Mean Square Error of Approximate (RMSEA) อยู่ที่ 0.011 เป็นไปตามเกณฑ์ในการพิจารณาที่กำหนด แต่เมื่อพิจารณาค่า P-value

จะพบว่า ไม่มีความแตกต่างทางสถิติของข้อมูลเชิงประจักษ์ ระหว่างเส้นทาง จากสถานการณ์การแข่งขัน (COMP) ไปยังกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ (SER) ตามโมเดลทางทฤษฎีตามตารางที่ สรุปได้ว่า โมเดลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่มีความสอดคล้อง พอเหมาะพอดีกับโมเดลทางทฤษฎี

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงโมเดล จากการปรับค่าความคลาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กัน จนกระทั่งได้โมเดลสุดท้าย ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างผลกระทบเชิงประจักษ์ของสถานการณ์แข่งขัน ทนทางปัญญา และกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย

พบว่าเป็นโมเดลที่มีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างที่อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมโดยมีค่า มีค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 43.428 ค่า Degree of Freedom (df) เท่ากับ 34 ค่าอัตราส่วนของ Chi-Square/Degree of Freedom () เท่ากับ 1.277 เป็นค่าที่น้อยกว่า 2 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และค่า p-Value เท่ากับ 0.129 ส่วนดัชนีชี้วัดความเหมาะสมของโมเดล ได้แก่ ค่า Goodness of Fit Index (GFI) เท่ากับ 0.948 ค่า Comparative Fit Index (CFI) เท่ากับ 0.991 ค่า Root Mean Square Residual (RMR) เท่ากับ 0.030 และค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) เท่ากับ 0.046 แสดงว่า ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกัน

และเมื่อพิจารณาค่า P-value จะพบว่า มีความแตกต่างทางสถิติของข้อมูลเชิงประจักษ์ อย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ระดับ 0.01 ตามตารางที่ สรุปได้ว่า โมเดลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้อง พอเหมาะพอดีกับโมเดลที่ปรับปรุงตามข้อมูลเชิงประจักษ์

9. สรุป และอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

1. ผลการศึกษา พบว่า สถานการณ์การแข่งขันไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย ผลการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจใด ๆ จะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับสถานการณ์แข่งขัน และความได้เปรียบในการแข่งขันย่อมมีที่มาจากกระบวนการขับเคลื่อนการแข่งขันภายในธุรกิจ เป้าหมายด้านการตลาด รวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม แม้ว่า สถานการณ์การแข่งขันจะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย แต่กลับพบว่า สถานการณ์การแข่งขันมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานโดยผ่านตัวแปรทุนทางปัญญา

2. ทุนทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ และมีอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) ต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่มากที่สุดสอดคล้องกับรายงานวิจัยของ Rafiei, Feyzi, Azimi (2011) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของทุนทางปัญญาที่ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนสัมพันธ์ และได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน พบว่า การประเมินผลของทุนทางปัญญาส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ และในงานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ทุนโครงสร้างมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจโดยตรง ทุนสัมพันธ์มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจผ่านทุนโครงสร้างทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ทุนมนุษย์ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจเพียงผ่าน ทุนโครงสร้างโดยทางอ้อม

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้งสามตัวแปรของการจัดการทุนทางปัญญา พบว่า ทุนโครงสร้างมีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (0.947) นั้นหมายความว่าหากมีการพิจารณาการลงทุนเพิ่ม ควรพิจารณาที่ทุนโครงสร้างเป็นสำคัญสำคัญ นั่นคือการลงทุนภายในองค์กรซึ่งประกอบด้วยระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่าย กระบวนการกรรมวิธีและฐานข้อมูลของระบบโรงแรม สอดคล้องข้อมูลการพัฒนากลยุทธ์ออนไลน์ของระบบธุรกิจโรงแรม ซึ่งในปี 2015 ได้อัปเดตระบบอี-คอมเมิร์ซรวมถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต ให้ผลตอบแทนทางธุรกิจด้วยการทำรายได้เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 25 ของรายได้จากห้องพักทั้งหมด รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถให้กับเครื่องมือการจองห้องพักออนไลน์ และเชื่อมต่อกับข้อมูลบัตรสมาชิกเข้ากับเว็บไซต์และระบบการจองห้องพัก

3. กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ มีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Natale และ Ricci (2006) พบว่าความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผสมกับการคิดเชิงวิเคราะห์ภายใต้การทำงานเป็นทีมจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กร และความสามารถของทีมผู้ปฏิบัติงานในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ดังกล่าวจึงเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กรและเป็นจุดแข็งที่ลอกเลียนแบบได้ยาก (กิริติ. 2552)

10. ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่ายังมีตัวแปรที่สำคัญที่ผู้วิจัยทำการควบคุมไว้ไม่ได้นำมาศึกษา คือ วัฒนธรรมองค์การ (Corporate Culture) และผู้นำระดับบริการ (CEO) ที่มีความรู้ ความเชื่อมั่นทางด้านทฤษฎีและการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้อย่างลงตัว

1) การศึกษาถึงความสามารถของผู้นำองค์การ โดยการถอดรหัส วิธีการทำงาน เพื่อนำไปพัฒนาบุคลากรให้มีภาวะผู้นำ และมีศักยภาพในการทำงานมากขึ้นซึ่งองค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้มักอยู่กับพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานที่ยาวนาน อาทิ เช่น ผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติการเป็นต้น

2) นำวิธีการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินที่ทางโรงแรมใช้จริงเป็นตัวแปรสังเกตได้เพื่อทำการวัดผลการดำเนินงานให้ตรงตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น ROA, ROE, ROI, กำไรสุทธิ และรายละเอียดของคะแนน KPI

3) ศึกษาผลย้อนกลับ (Feedback) ของผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือข่ายไปสู่สถานการณ์การแข่งขัน ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า สิ่งที่ค้นพบ น่าจะเชื่อมโยงความสัมพันธ์แบบย้อนกลับไปหาตัวแปรมาก่อน (Antecedent)

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กิริติ ยศยิ่งยง. (2552X). องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิด และกระบวนการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัย.

ปริญญ ชัยกองเกียรติ. (2551X). รูปแบบความสัมพันธ์เชิง สาเหตุระหว่างการจัดการทุนทางปัญญาการจัดการ

ความรู้และประสิทธิผลองค์กรของวิทยาลัยพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์

การศึกษา ดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาษาต่างประเทศ

Beer, M. and Walton, E. (1990). Developing the Competitive Organization: **Interventions and Strategies**. *American Psychologist*. 45 (2): 154-161

Blackwell, Roger, Miniard, Paul and Engel, James. (2006). **Consumer Behavior**. Tenth Edition. Thomson South-Western

Burke & Litwin, 'A Causal Model of Organisation Performance and Change (1992), **Journal of Management**, Vol 18, No 3 pp 523-545.

Chen, M. J. (1997). Competitor Analysis and Interim Rivalry: Toward a Theoretical Integration..**Academy of Management Review**. 21: 100-134

Edvinsson, L. and Malone, M. S. (1997). **Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding it hidden brainpower**. New York: Haper- Collins Publisher.

- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. 1992. **The Balanced Scorecard** - Measures that Drive Journal of Occupational and Organizational Psychology. 77: 299-306
- Lyons R.K., J.A.Chatman and C.K.Joyce (2007). Innovation in services: **Corporate culture and investment banking**. California Management Review, 50, 1 pp.174-191
- Montequín, V. R., Fernández, J. M. M., Balsera, J. V., & Nieto, A. G. (2013). Using MBTI for the success assessment of engineering teams in project-based learning. **International Journal of Technology and Design Education**, 23(4), 1127–1146.
- Natale, S., & Ricci, F. (2006). Critical thinking in organizations. **Team Performance Management**, 12(7), 272- 278.
- Rafiei, M., Feyzi, T., & Azimi, H. (2011). Intellectual capital and its effect on economic performance: A Case Study in Iranian Automotive Industry. **Journal of American Science** 7(6), 497-507
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2008). Consumer Behaviour: A European **Outlook**. Prentice Hall.lodon
- Schumacher, R. E.; & Lomax, R. G. (1996). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- Selden, S.C., and Brewer, G.A. (2000). Work Motivation in the Senior Executive Service: Testing the 'High Performance Cycle' Theory. **Journal of Public Administration Research and Theory** 10:3:531-50.
- Spanos YE, Zaralis G, Lioukas S. (2004). Strategy and industry effects on profitability: evidence from Greece. **Strategic Management Journal** 25 (2): 139-165.