



การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย : การทบทวนวรรณกรรม

Creating Competitive Advantage with Information Technology and Innovation of Hotel Business in Thailand : Literature Review

Received: August 16, 2019

Revised: September 13, 2019

Accepted: October 30, 2019

จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล Jitlada Phunphanasakul^{1,*}, วรลักษณ์ ลลิตตศิวิมล

Woraluck Lalitsasivimol²

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา ประเทศไทย

² Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา ประเทศไทย

¹ Doctoral Student, Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration,
Hatyai University, Songkhla Province, Thailand

² Ph.D., Associate Professor, Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration,
Hatyai University of Technology, Songkhla Province, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากรอบแนวคิด การวิจัยเพื่อสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจสามารถสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือคู่แข่งได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจึงควรหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุง เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมที่ทันสมัยในการนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการและการทำ

* E-mail address: jitlada@hu.ac.th

การตลาดดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว และช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการบริการ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ส่งผลให้มีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้น และสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจได้

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, เทคโนโลยีสารสนเทศ, นวัตกรรม

ABSTRACT

This study aims to the literature review to related the development of the research framework for creating a competitive advantage through information technology and innovation of the hotel business in Thailand. The result of the literature review found that applying information technology and innovation in business operations can create a competitive advantage over competitors. Therefore, the hotel business operators in Thailand should turn to focus on the development and improvement of information technology and modern innovation, to be used in services and digital marketing are respond to the needs of the customer in the new generation with convenient and quick response. The information technology and innovation are helping businesses to increase service performance, reduce costs, and create differentiate of the business. There is resulting in increased revenue and profits, and create a competitive advantage for businesses.

Keywords: Competitive Advantage, Information Technology, Innovation

บทนำ

ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) และจากสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มทัวร์ศูนย์เหรียญที่เริ่มลดลง ประกอบกับการต่ออายุมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าและมาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่าที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวของไทยให้ฟื้นตัวขึ้น ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ช่วยเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2561 สร้าง

รายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวเป็นมูลค่าการเติบโตร้อยละ 8.8-10.4 และคาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 11.7 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ทำให้จำนวนโรงแรมในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่เป็นรูปแบบบริษัทที่แตกไลน์ธุรกิจออกมาเป็นโรงแรม และธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กหรือที่พักอื่น ๆ รวมไปถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการที่สร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการมารองรับการเกิดขึ้นของโรงแรมก็มากขึ้นตามไปด้วย

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญกับการทำธุรกิจในปัจจุบัน จากเดิมที่โรงแรมจะต้องมีขนาดใหญ่โตกว้างขวาง ต้องมีห้องพักจำนวนมาก กลายมาสู่ยุคของโรงแรมที่มีขนาดเล็ก รวมไปถึงตลาดที่พักแนวใหม่ที่เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งบูติก โฮเทล และโฮสเทล ที่มีความหลากหลายและเน้นการให้บริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการโรงแรมจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการให้บริการของโรงแรมในรูปแบบที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจ อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ (กรุงเทพธุรกิจ, 2560) ข้อมูลจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2560) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวมีการพัฒนาช่องทางในการประชาสัมพันธ์ การขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางใหม่ ๆ เช่น การใช้สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้โดยสะดวกและรวดเร็ว ทำให้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน กลายเป็นช่องทางใหม่ที่ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริการควรเลือกนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และจากความนิยมของสมาร์ทโฟนที่กำลังเติบโตขึ้นและการพัฒนาอุปกรณ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง สมาร์ทโฟนจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางของผู้คนทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย ที่ส่งผลต่อรูปแบบการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพราะช่วยให้สามารถจองโรงแรมได้จากทุกที่และได้ทันทีที่ต้องการอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมยุคนี้ควรเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการที่พักให้มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ใช้ได้ทั่วถึงรอบบริเวณที่พักมากกว่าการมุ่งเน้นที่ราคาหรือขนาดของห้องพักหรือโรงแรม ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น เทรนด์การดูแลสุขภาพ จำนวนคนที่เข้ามาอยู่ในเมืองมากขึ้น และ Internet of things หรือ IOT ที่มนุษย์และอุปกรณ์ต่าง ๆ เชื่อมโยงกันผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเน้นที่ความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยว และช่วยให้มีความคล่องตัวในการเข้ารับบริการมากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม พบว่า การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรมทำให้สามารถนำไปสู่ขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่ง ส่งผลต่อต้นทุนที่ลดลง มีความคล่องตัวของนวัตกรรม เพิ่มคุณค่าสำหรับลูกค้าและการบริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มาตรฐานทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในระดับสากล เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล

การโปรโมชันบนเว็บไซต์ของโรงแรมและเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อเป็นช่องทางการขายและการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวก นอกจากนี้ควรมีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจของโรงแรม และเป็นสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุม การเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มผ่านช่องทางการให้บริการหรือช่องทางการโฆษณาต่าง ๆ ด้วยการสื่อสารออนไลน์ การเสนอราคาห้องพักในแบบต่างๆ ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจผ่านช่องทางออนไลน์ได้ (ฐิตินันท์ ทองสาต, 2556; ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ, 2557; ธงไชย สุรินทร์วางกูร และ สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, 2560) และผู้บริหารโรงแรมควรเห็นความสำคัญและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริการท่องเที่ยวในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยการปรับการทำงานด้วยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ทั้งในโรงแรมขนาดใหญ่ กลาง และขนาดย่อม (ศิริลักษณ์ โรจนกิจ-อำนาจ, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชาติ ดุลยเสถียร (2558) ที่พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของโรงแรม ดังนั้นการนำเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการหรือนวัตกรรม นับเป็นการเริ่มต้นจุดประกายให้เกิดกลยุทธ์นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันจะนำมาซึ่งการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ

ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลของการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ในการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมไปใช้ในการบริหารจัดการ การบริการ และทำการตลาดยุคใหม่ รวมทั้งข้อค้นพบที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานและการบริการแนวใหม่ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้ทราบถึงความสำคัญและความสอดคล้องของการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม
2. ได้กรอบแนวคิดการวิจัย การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจท่องเที่ยวและความไม่แน่นอนตามอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ทำให้การแข่งขันธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และจากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด อุตสาหกรรมโรงแรมจึงต้องมีการปรับตัว การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงถือเป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินงานท่ามกลางความผันแปรที่เปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาสู่การสร้างความสำเร็จที่เหนือคู่แข่ง จึงต้องมีการพยายามวิเคราะห์หาแนวคิดกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นอกจากจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันแล้วยังต้องสามารถสร้างความยั่งยืนของธุรกิจได้อีกด้วย ส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยมีปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะสามารถสร้างความยืดหยุ่นให้กับองค์กรในการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม ผ่านการพัฒนาสินค้า บริการ และกระบวนการใหม่ ๆ (Zhaohui Zhu and Feng Huang, 2012; Jane Tung, 2012)

Porter (2007) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรไว้ โดยแบ่งแนวคิดกลยุทธ์การแข่งขันออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation) เป็นการที่องค์กรแสวงหาความแตกต่างเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างสินค้าหรือบริการที่ไม่เหมือนคู่แข่ง โดยต้องคิดหาความแตกต่างในตัวสินค้าหรือบริการไม่ให้ซ้ำกับผลิตภัณฑ์และบริการอื่นในตลาด หรือต้องมีนวัตกรรมใหม่มาเสนอทำให้สินค้าหรือบริการดูโดดเด่นกว่าสินค้าหรือบริการของคู่แข่งในตลาด 2) กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นแนวทางในการลดต้นทุนทางการจัดการขององค์กร องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นได้ด้วยการมุ่งเน้นการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรร่วมกันของหน่วยธุรกิจ ทำให้สามารถใช้ทรัพยากรผลิตร่วมกันได้ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพราะคุณภาพที่ดีของสินค้าหรือบริการและส่งผลให้องค์กรมีผลกำไรมากขึ้น และ 3) กลยุทธ์การมุ่งเน้นเฉพาะ (Focus) ซึ่งเป็นความสามารถทางการแข่งขันที่ถูกนำมาใช้ในมุมมองของธุรกิจ ที่มีการเชื่อมโยงกับแนวคิดทางการตลาด เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้เล็งกลุ่มเพื่อที่จะได้เข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้าและสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ ในขณะที่ หิรัญรักษ์ จันทิมะ และคณะ (2559) ก็พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความแตกต่างในองค์กร การสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรธุรกิจเป็นสิ่งที่ทวีความรุนแรงและมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ การสร้างความแตกต่างที่ล้ำสมัย ไม่เหมือนใครเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกิดจากการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรธุรกิจ และนวัตกรรมเป็นตัวสำคัญที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นหัวใจหลักที่สำคัญขององค์กรธุรกิจในปัจจุบัน สอดคล้องกับ วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ก็พบว่า

สร้างความมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ เช่น การใช้นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) ก็พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการบริการของโรงแรม และอิทธิพลจากการได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ วิดีนันท์ ทองสาธิต (2556) ที่พบว่าปัจจัยการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างในด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการต้องสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุม โดยมีปัจจัยเพื่อการเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยมของลูกค้าเอง เพื่ออำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการต้องมีเทคนิคที่จะเข้าถึงทุกกลุ่มทุกวัย ผ่านช่องทางการให้บริการหรือช่องทางการโฆษณาด้วยการสื่อสารออนไลน์ การเสนอราคาห้องพักในแบบต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจผ่านช่องทางออนไลน์ได้

จากการทบทวนวรรณกรรม ชี้ให้เห็นว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถในการสร้างรายได้เปรียบด้วยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า สร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงและความยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และเพื่อสร้างความแตกต่างอันจะเป็นจุดแข็งและโอกาสทางธุรกิจ การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ด้วยการลงทุนกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการบริการที่ใช้เทคโนโลยีเชื่อมโยงการดำเนินงานและการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเปลี่ยนแปลงธุรกิจโรงแรมไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการและการบริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อชิงความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ

2. เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกนำมาใช้ในองค์กรธุรกิจอย่างแพร่หลาย การทำธุรกิจในยุคปัจจุบันไม่สามารถอาศัยแต่ประสบการณ์แบบเดิมได้ ธุรกิจจำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูล ข่าวสาร ที่ถูกรวดเร็ว ทันเวลา และตรงประเด็น โดยการรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และกระจายข้อมูลข่าวสาร ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการบริหารจัดการกับข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) พบว่า สารสนเทศมีความสำคัญมากและสามารถเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ขององค์กรได้ เพราะองค์กรที่เริ่มใช้สารสนเทศจะสามารถเรียนรู้พัฒนาและสร้างสารสนเทศใหม่ๆ ที่มีคุณค่ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสารสนเทศและกระบวนการบริหารจัดการสารสนเทศเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์และเชิงสมรรถภาพขององค์กร ที่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันขององค์กร องค์กรยุคใหม่จึงต้องมีการพัฒนาและต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว (ทฤษฎี สกุนวัฒน์ , 2559) ในขณะที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในทุก

องค์กร ซึ่งผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้มีการสร้างเครือข่ายสังคม เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล เหตุการณ์ เรื่องราว ภาพ หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในสังคมด้วย (สุริรักษ์ วงษ์ทิพย์, 2561)

ในขณะที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ Franklyn Chukwunonso, *et al.*, (2011) พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลดีต่อการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้ มีความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศบางอย่าง เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีคุณค่าและสามารถสร้างแพลตฟอร์มที่จะสามารถพัฒนาและรวมแอปพลิเคชันใหม่ได้ รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการบริการที่ใช้เทคโนโลยี เชื่อมโยงฐานข้อมูลลูกค้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถช่วยเปลี่ยนแปลงธุรกิจโรงแรมไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ และการสร้างความแตกต่างที่ช่องทางบริการ โดยมุ่งเน้นการจัดช่องทางเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการลูกค้า โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น การสร้างกรู๊ปไลน์ เพื่อสะดวกกับการติดต่อกับลูกค้า และการส่งงานกับพนักงาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงแรม ตลอดจนระบบการจองห้องพักแบบออนไลน์ นำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการจัดเก็บข้อมูล เช่น โปรแกรมการสำรองห้องพัก ตลอดจนการนำเทคโนโลยีเข้ามาดูแลเรื่องความปลอดภัยของลูกค้า เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิดในจุดต่าง ๆ ภายในห้องพักของโรงแรม และบริเวณรอบนอกของโรงแรม และติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ทั่วโรงแรม เป็นต้น เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและกิจกรรมออนไลน์ที่เอื้อประโยชน์ต่อลูกค้าทางอินเทอร์เน็ตอีกด้วย (ลัคนา สุคนธวัฒน์, 2558) ผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น มีการใช้สมาร์ทโฟนในการจองที่พักระหว่างออนไลน์ผ่าน Facebook, Website, ตัวแทนขาย และการจองที่พักระหว่าง Agoda เพื่อเพิ่มความสะดวกต่อการจองที่พัก (วันชัย กิจเรืองโรจน์ และคณะ, 2559) ในขณะที่ Francisco J. Mata, *et al.*, (1995) พบว่า ทักษะด้านการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศจะสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนแก่องค์กรได้ ในขณะที่ทักษะทางเทคนิคด้านเทคโนโลยีสารสนเทศก็ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในการแข่งขัน เช่นเดียวกับ อัครนันท์ คิตสม (2558) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลบวกต่อการทำธุรกิจขนาดเล็กที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในธุรกิจ เพื่อการประหยัดทรัพยากรหรือใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น ด้วยการใช้ Website, eCommerce และการใช้ Software เพื่อพัฒนาธุรกิจ สอดคล้องกับ ชงไชย สุรินทร์วารงกูร และคณะ (2560) ที่พบว่า ธุรกิจโรงแรมควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและมีมาตรฐานทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในระดับสากล โดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และเพิ่มความรวดเร็วต่อกระบวนการขายของธุรกิจโรงแรมในอนาคต เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโปรโมชั่นบนเว็บไซต์ของโรงแรม และเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย การใช้เป็นช่องทางการขายและการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวก นอกจากนี้ควรมีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจของโรงแรมและเป็นสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว S. Subba Rao and Glenn Metts. (2003) ได้ศึกษาระดับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ

ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลออนไลน์ (Online Presence) การโต้ตอบและการสื่อสารแบบออนไลน์ (Interactive and Emerging Online Communication) การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (E-transaction) และการบูรณาการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tourism System Integration) พบว่าปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการแสดงความพร้อมด้านการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับ ชยพล คนบุญ (2559) ที่พบว่า ระบบสารสนเทศช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับโรงแรมและคุ่มค่าที่จะลงทุน และช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น และช่วยประหยัดเวลาในการทำงานได้มาก ในขณะที่ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2556) พบว่า คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม ทำให้โรงแรมต้องมีการปรับปรุงการให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ให้ดียิ่งขึ้น และปรับกลยุทธ์ด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารที่ทำให้มีการปรับตัวในการใช้บริการการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตและสร้างแรงกดดันให้โรงแรมต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ โดยเฉพาะในโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีความก้าวหน้าในการบริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น การจัดตั้งอำนาจความสะดวกให้ครบครัน นำเทคโนโลยีที่มีความจำเป็นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยบริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย ใช้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านอีเมลและโซเชียลมีเดีย ซึ่ง ชยพล คนบุญ (2559) ก็พบว่าโรงแรมควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจโรงแรมมาใช้บริหารโรงแรมให้เหมาะสมกับขนาดของโรงแรม โดยคำนึงถึงรายได้และประสิทธิภาพของบุคลากร และเมื่อนำระบบเข้ามาใช้งานในโรงแรมแล้วควรสนับสนุนให้พนักงานได้เรียนรู้ประโยชน์จากระบบอย่างสูงสุด เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนต่าง ๆ ของการดำเนินงานด้วย ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมต้องเห็นความสำคัญและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโรงแรม การค้นหาข้อมูลที่พิกัดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว การจองห้องพักแบบออนไลน์ และการชำระเงินแบบออนไลน์ เป็นต้น

เทคโนโลยีสารสนเทศจึงถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการและการสร้างบริการที่รวดเร็วและมีความแตกต่างจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้ ซึ่งจะช่วยให้ความสามารถในการบริหารจัดการของธุรกิจสูงขึ้น สร้างความแตกต่างในด้านช่องทางการให้บริการ โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคหันมาใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นช่องทางในการรับบริการที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ลดต้นทุนการดำเนินงาน ทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยก่อให้เกิดนวัตกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อีกด้วย ธุรกิจโรงแรมควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและควรมีมาตรฐานให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในระดับสากล โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และเพิ่มความรวดเร็วต่อกระบวนการขายของธุรกิจโรงแรมในอนาคตได้ โดยการส่งเสริมการขายในขั้นตอนการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลโปรโมชั่นบนเว็บไซต์ของโรงแรม และเว็บไซต์ขององค์กรตัวแทนจำหน่าย การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการขายและการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวก

นอกจากนี้ควรมีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจของโรงแรม และเป็นสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว (ธงไชย สุรินทร์วรานุกร และ สุชา พงศ์ถาวรภิญโญ, 2560) ในขณะที่ ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ (2557) ก็พบว่า การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโรงแรมทำให้สามารถนำไปสู่ขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนที่ลดลง มีความคล่องตัวของนวัตกรรม เพิ่มคุณค่าสำหรับลูกค้า และการบริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Francisco J. Mata, *et al.*, (1995); Franklyn Chukwunonso, *et al.*, (2011); ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ (2557); อัครนันท์ คิตสม (2558); สุชา พงศ์ถาวรภิญโญ และคณะ (2560) และ ธงไชย สุรินทร์วรานุกร (2560) พบว่า การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนแก่องค์กรได้ รวมถึงจะช่วยลดทรัพยากรในการดำเนินงานของธุรกิจ และสามารถนำไปสู่ขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง ผู้วิจัยจึงคาดว่า เทคโนโลยีสารสนเทศจะส่งผลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. นวัตกรรม (Innovation)

นวัตกรรม มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของมนุษย์ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต่าง ๆ ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านอุตสาหกรรม การผลิต การบริการ และการตลาด ด้วยการนำทักษะ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรและผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในตลาดระดับประเทศ และต่างประเทศ นวัตกรรมจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ และเพิ่มโอกาสทางความสำเร็จให้แก่ธุรกิจภายใต้ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมจึงถือเป็นเรื่องของเทคโนโลยีที่นับวันจะสลับซับซ้อนขึ้นเรื่อย ๆ เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและนับวันจะมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ตามวิวัฒนาการของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ ดังนั้นผู้ที่มองเห็นโอกาสของการพัฒนานวัตกรรม ด้วยการเรียนรู้ความยุ่งยาก สลับซับซ้อนของเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อการพิจารณานำเอาเทคโนโลยีเหล่านั้นมาพัฒนานวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ นวัตกรรมจึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของทุกประเทศในโลก (Michael E. Porter, 1990)

ชาตา สมานี (2562) พบว่า นวัตกรรมบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งเป็นการคิดค้น สร้าง พัฒนา และปรับปรุง รูปแบบและกระบวนการให้บริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บนพื้นฐานความต้องการการบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น องค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างและนำนวัตกรรมมาให้บริการจะมีอิทธิพลต่อผลประกอบการขององค์กร โดยอาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย สอดคล้องกับ ทศพร บุญ

วัชรากัย และคณะ (2559) ที่แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดเล็กสามารถนำความสามารถทางนวัตกรรม มาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันได้ นวัตกรรมจึงเป็นเหมือนเครื่องมือ ซึ่งองค์กรใช้เพื่อที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (G.Tomas M. Hult *et al.*, 2003 และ Robert F. Hurley and G. Tomas M. Hult, 1998) ในขณะที่ Rogers (1995) ได้กำหนดลักษณะของ นวัตกรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ว่านวัตกรรมจะต้องมีความ สอดคล้องหรือความเข้ากันได้กับค่านิยมปัจจุบัน ความเชื่อ ประสบการณ์ และความต้องการของผู้ใช้ นวัตกรรมต้องมีความได้เปรียบ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบถึงความเหนือกว่าของนวัตกรรมกับสิ่งที่มีอยู่ เดิม ความซับซ้อนของนวัตกรรม ถ้านวัตกรรมนั้นยากที่จะใช้บุคคลก็ไม่อาจจะนำมาใช้ ภาพลักษณ์ของ การใช้นวัตกรรมโดยผู้เฝ้ามองเห็นการใช้นวัตกรรม และความสามารถในการทดสอบ เป็นการทดสอบใช้ งานก่อนที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น นอกจากนี้ “นวัตกรรม” และการเป็น “องค์กรแห่งนวัตกรรม” ด้วย การนำทักษะ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหาร จัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจดังกล่าว โดยมีเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับองค์กรผลิตภัณฑ์รวมถึงด้านการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการผลิต และยังช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อ ยกระดับศักยภาพและช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในตลาดระดับประเทศและระดับโลก ในขณะที่ Max McKeown (2008) ก็พบว่า องค์กรที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทางด้าน กระบวนการทางความคิดเพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างและเป็นประโยชน์ขึ้นมา ซึ่งธุรกิจโรงแรมมี อัตราส่วนของการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการบริหาร จัดการ ทำให้โรงแรมจำเป็นต้องมีนวัตกรรมการดำเนินงานที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบ ทางการแข่งขัน ผู้บริหารโรงแรมจึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่ โดย กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้การสร้างกลยุทธ์เพื่อสิ่งใหม่ไปพัฒนาปรับปรุง ช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาและ อุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เพื่อเป็น แนวทางในการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจ (กนกอร อ่อนเรือง และ คณะ, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับ พรารธนา หลีกภัย และคณะ (2557) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อ ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรไว้ 4 ปัจจัย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้น ตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และบรรยากาศองค์กร พบว่า ธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทยมี การแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลักอยู่ ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัว ในการบริหารจัดการ รวมทั้งต้องมีการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ออกมาเพื่อการดึงดูดใจลูกค้ากลุ่มใหม่ให้เข้ามา ใช้บริการของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งเพื่อการรักษาลูกค้ากลุ่มเก่าของโรงแรมไว้ด้วย สอดคล้องกับ วร ลักษณ์ ลลิตศศิวิมล (2559) ที่พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งใน ด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อ ความสำเร็จของธุรกิจ ให้สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุกองค์กรต้องพยายามสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อชิงความได้เปรียบและการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

Islam Mohamed Salim and Mohamed Sulaiman (2011) พบว่า นวัตกรรมที่เกิดจากการ นำความคิดใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล

ด้วยกระบวนการนวัตกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ และในขณะเดียวกันนวัตกรรมก็ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพด้านการเงินทั้งในด้านของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและการให้บริการโดยรวมขององค์กร ในขณะที่นวัตกรรมทางการตลาดก็เป็นอีกนวัตกรรมที่มีการดำเนินการและพัฒนาเพื่อการเพิ่มศักยภาพทางด้านการตลาดและเพิ่มความได้เปรียบคู่แข่ง ทำให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินการตามเป้าหมายที่ต้องการได้ และนวัตกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการดำเนินการทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมบูติกในประเทศไทย อาจเนื่องมาจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและความความไม่แน่นอนของธุรกิจโรงแรม จึงต้องมีความรู้และความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการสร้างสรรค์การบริการใหม่ การสร้างมูลค่าการบริการ การกำหนดตำแหน่งการตลาด และการสร้างแนวคิดใหม่ในการประชาสัมพันธ์ (หิรัญรักษ์ จันทิมะ และคณะ, 2559) นวัตกรรมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้วยผลงานใหม่ที่แตกต่าง ส่วนนวัตกรรมบริการที่แปลกใหม่จะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และเกิดกระบวนการดำเนินงานใหม่ที่สร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดความสำเร็จทางธุรกิจที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แต่ละโรงแรมจึงต้องค้นหาตัวตนที่เป็นจุดเด่นของตัวเอง พยายามสรรหาบุคลิกของตัวเองให้แตกต่างและโดดเด่นจากคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเลือกเข้ามาใช้บริการ

นวัตกรรมทำให้เกิดระบบการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง และการใช้อินเทอร์เน็ตหรือระบบดิจิทัลมาให้บริการแก่ลูกค้า การบริการยุคใหม่จึงมีความจำเป็นอย่างสูงที่จะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำในเรื่องความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ และมีแนวโน้มการพัฒนาบริการด้วยการเชื่อมต่อกับลูกค้า ซึ่งผู้จัดหาการบริการก็ต้องติดตามผลความพึงพอใจ ประสบการณ์ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบริการและแข่งขันกับคู่แข่ง จุดเด่นของภาคบริการจึงอยู่ที่การเร่งหาความคิดใหม่ ๆ ช่วงชิงความต้องการบริโภคสินค้าในวิธีการที่แข่งกับเวลาและเพิ่มแนวทางการจัดหาสินค้าสู่ผู้บริโภคด้วย คุณภาพ ราคา ตำแหน่งคุณค่าของสินค้าและความสัมพันธ์กับคู่แข่ง ชัชพล ทรงสุนทรวงศ (2559) พบว่านวัตกรรมบริการเป็นการนำความคิด แนวทางการดำเนินงานหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุง รูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อบริการที่ตรงกับความต้องการลูกค้า โดยเน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ เพื่อสร้างความแตกต่างในการบริการ เพื่อความพึงพอใจให้กับลูกค้า การส่งเสริมพนักงานให้มีความสามารถในการใช้นวัตกรรม การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ประหยัดพลังงาน เป็นต้น ผู้ประกอบการสามารถใช้ความรู้ที่มีให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้มากหรือน้อยแตกต่างกันไป ผู้ที่ขาดความรู้ในการประกอบการย่อมจะเสียเปรียบคู่แข่ง ผู้ประกอบการจึงควรมีเครื่องมือในการจัดการธุรกิจของตน นั่นคือ นวัตกรรมบริการ สอดคล้องกับดวงกมล ผ่องพรรณแห และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2561) ที่พบว่าการมีนวัตกรรมในการบริหารจัดการเพื่อนำพาให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จนั้น สิ่งที่ขาดไม่ได้ในยุคสมัยนี้คือ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์

การสร้างศักยภาพขององค์กรธุรกิจทางหนึ่ง คือ การปรับปรุงระบบบริหารจัดการ (Management System) ภายในองค์กรให้พร้อมรับทุกสถานการณ์ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีผลกำไรสูง ดังนั้นองค์กรภาคธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับระบบบริหารโดยมุ่งให้ผลผลิตมีคุณภาพและถูกใจลูกค้า รวมถึงคำนึงถึงประสิทธิภาพของการลงทุนด้วย

นวัตกรรมจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันที่ทุกองค์กรควรให้ความสนใจ ดังนั้นเมื่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามาสู่อุตสาหกรรมโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ให้บริการที่ต้องการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันเริ่มที่จะปรับตัวโดยการหาจุดเด่นด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นจุดขายให้โรงแรมของตนเองนอกเหนือจากการสร้างความแตกต่างของโรงแรมเพื่อเพิ่มจุดขาย นับได้ว่าถึงยุคที่ผู้ประกอบการโรงแรมต้องปรับตัวมากขึ้นอย่างแท้จริง ในขณะที่นวัตกรรมเทคโนโลยีก็เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมโรงแรม การมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาจะทำให้โรงแรมได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขัน โดยการมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาจะทำให้โรงแรมได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขันโดยการหาจุดเด่นด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเป็นจุดขายให้โรงแรมของตนเองนอกเหนือจากการออกแบบที่แปลกแหวกแนวของโรงแรมเพื่อเพิ่มจุดขาย (Natthapat Wichianchai, 2559) และในขณะที่ธุรกิจโรงแรมทั่วโลกพยายามพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างเข้มข้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้นเรื่อย ๆ การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่หลายโรงแรมให้ความสำคัญ ด้วยการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ การนำเสนอความโดดเด่น และคุณค่าของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การสร้างความแตกต่างภายในนวัตกรรมใหม่ สามารถสร้างตลาดใหม่ภายใต้การแข่งขันใหม่ โดยไม่ต้องเข้าไปแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง องค์กรที่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ได้ดีนั้นจะนำมาซึ่งความยั่งยืนมากกว่าองค์กรที่ไม่สามารถปรับตัวเองได้ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวมากกว่าที่จะเลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ให้ได้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมี เพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กร ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กร 3 ด้านคือ ขายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง ได้แก่ การขายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่าง (Differentiation) การขายสินค้าที่ถูกกว่าจะต้องผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า (Cost Leadership) และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่า (Quick Response) (Siriwan Khunjit, 2558) สอดคล้องกับ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้แก่ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการบริการของโรงแรม และอิทธิพลจากการได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ ในขณะที่วรชาติ ดุลยเสถียร (2558) พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ สอดคล้องกับ จูตินันท์ ทองสาด (2556: 67) พบว่า ปัจจัยการ

จิตรลดา พันธุ์พฒนาสกุล และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างความแตกต่างในด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการต้องสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุม โดยมีปัจจัยเพื่อการเปลี่ยนแปลงตาม กระแสความนิยมของลูกค้าเอง เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ ดังนั้นการที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการ รายอื่นได้องค์กรจะต้องมีความรอบรู้ ใส่ใจข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าในกลุ่มวัยต่าง ๆ ด้วย ไม่ใช่เพียงแค่การจัดกิจกรรมสำหรับบริการลูกค้าเพียงเฉพาะ กลุ่มเดียว สำหรับการประชาสัมพันธ์ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายลูกค้า ผู้ประกอบการเองก็มีเทคนิคที่จะ เข้าถึงทุกกลุ่มทุกวัย ผ่านช่องทางการให้บริการหรือช่องทางการโฆษณาต่าง ๆ ด้วยการสื่อสาร ออนไลน์ การเสนอราคาห้องพักในแบบต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจผ่านช่องทางออนไลน์ แต่ถึงแม้ นวัตกรรมจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในธุรกิจโรงแรมเพื่อสร้างความพึง พอใจสูงสุด แต่นวัตกรรมมีจุดอ้อมตัวทำให้ความต้องการใช้นวัตกรรมนั้นหมดไปหรือล้าสมัย ทำให้ธุรกิจ โรงแรม จำเป็นต้องค้นหาและสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ ขึ้นมาทดแทนเสมอ (ฉวีขจรธณี กาญจนศิลา นนท์, 2560) ดังนั้นในสภาวะที่การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การนำนวัตกรรมมา ใช้ในการจัดการองค์กร การบริการ และการจัดการตลาดแนวใหม่ จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมมีความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสามารถในการแข่งขันที่สูง เพราะจะทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วกว่า มี รูปแบบการบริการที่แตกต่างและทันสมัย สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ นอกจากนี้ Franklyn Chukwunonso *et al.* (2011) ยังพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลดีต่อการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิด นวัตกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

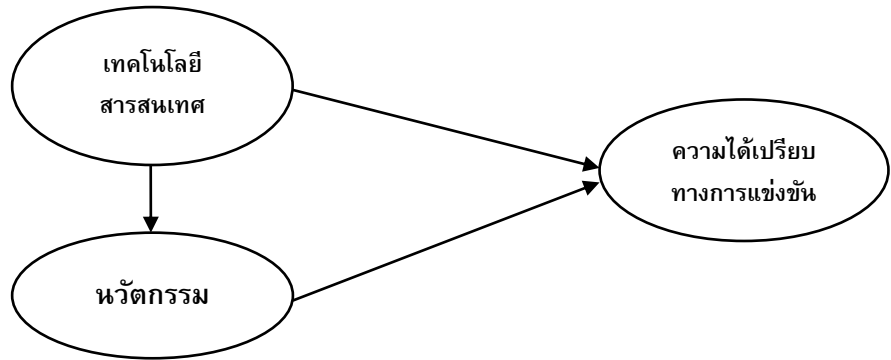
จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและความสำเร็จทางการแข่งขันของ (Michael E. Porter, 1990), ธาดา สมานี (2562), ทศพร บุญวัชรภักย์ และคณะ (2559), หิรัญรักษ์ จันทิมะ และคณะ (2559) และวราชาติ ดุลยเสถียร (2558) พบว่านวัตกรรมมี ความสัมพันธ์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยจึงคาดว่านวัตกรรมมี อิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางการแข่งขัน

นอกจากนี้ยังพบงานของ Franklyn Chukwunonso *et al.*, (2011) และ ธาดา สมานี (2562) ว่า นวัตกรรมหลายอย่างเกิดจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานและการบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีผลดีต่อการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม ที่ส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้าง ความสำเร็จทางการแข่งขันได้ ผู้วิจัยจึงคาดว่า เทคโนโลยีสารสนเทศจะส่งผลทางตรงต่อนวัตกรรม อันจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจได้ด้วย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการ วิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม

จากสมมติฐานการวิจัยทั้ง 3 สมมติฐาน ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและสารสนเทศของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้ดังนี้



รูปที่ 1: กรอบแนวความคิดการวิจัย

ผลการศึกษา (Result)

จากการทบทวนวรรณกรรม ชี้ให้เห็นว่า จากสถานการณ์ปัจจุบันที่การท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศทำให้มีอัตราการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นและมีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ การนำ Digital Technology, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology และนวัตกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันผ่านอินเทอร์เน็ต มารสร้างความสะดวกสบายของสินค้าและบริการ และการนำเสนอความโดดเด่นของธุรกิจให้แก่ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาช่วยในการบริหารจัดการ การบริการ และการตลาดดิจิทัลจะทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานอันจะทำให้เกิดรายได้ และผลกำไรเพิ่มขึ้น เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ อันจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่มีกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านขนาดของโรงแรมและพื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการต่อยอดและประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และ วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล

ของประเทศไทย จึงควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยและมูลเหตุอื่น ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น พฤติกรรม การท่องเที่ยว พฤติกรรมการเข้าพัก การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยที่มีความใกล้เคียงกันทั้งในด้านขนาดและ พื้นที่ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

รายการอ้างอิง

- กนกอร อ่อนเรือง, แคลทียา ซาปะวัง และ มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งโงสง. 2556. ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 32. ฉบับที่ 6/2556. 150-161.
- กรุงเทพธุรกิจ. 2560. ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรง คาดปี' 60 รายได้ขยายตัว 3.7-5.5%. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com>
- กรมการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. 2560. ความพึงพอใจลูกค้าและการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพในธุรกิจโรงแรม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. ปีที่ 11. ฉบับที่ พิเศษ/2560. 302-317.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. 2559. นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ องค์กรธุรกิจบริการ. วารสารการจัดการสมัยใหม่. ปีที่ 14. ฉบับที่ 2/2559. 13-24.
- ชยพล คนบุญ. 2559. การศึกษาความคุ้มค่าและความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ ธุรกิจโรงแรม : กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในกรุงเทพมหานคร. Dusit Thani College Jurnal. ปีที่ 10. ฉบับที่ 2/2559. 180-195.
- จิตินันท์ ทองสาต. 2556. กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันและการดำเนิน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมของผู้ประกอบการรีสอร์ทท่าเรือแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงกมล ผ่องพรรณแข และ วีระวัฒน์ จันทิก. 2560. ระบบบริหารงานโรงแรมและความเป็นองค์กรแห่ง นวัตกรรม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. ปีที่ 11. ฉบับที่ 3/2560. 374-387.
- ทฤษฎีร์ สุกุณวัฒน์. 2559. ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com>
- ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ. 2557. ประสิทธิภาพการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจ โรงแรมในภาคตะวันออก ของประเทศไทย. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 7. ฉบับที่ 1. 245-260.

- ทศพร บุญวัชรภักย์, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ขวัญฤดี ดันตระบัณฑิตย์. 2559. ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. ปีที่ 9. ฉบับที่ 3/2559. 1242-1259.
- ธาดา สมานี. 2562. นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. ปีที่ 4. ฉบับที่ 1. 103-110.
- ธงไชย สุรินทร์วรังกูร และ สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ. 2560. ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด และการส่งเสริมการขาย, **วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม**. ปีที่ 4. ฉบับที่ 1/2560. 75-83.
- ปรารธนา หลีกภัย, เกียรติริ เจริญวิศาล, ชาลี ไตรจันทร์ และ โสภณ จิระเกียรติกุล. 2557. ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการ**. ปีที่ 31. ฉบับที่ 1/2557. 69-95.
- ลัดดา สุนทรวัฒน์. 2558. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันตก. **วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์**. ปีที่ 17. ฉบับที่ 2/2558. 1-16.
- วันชัย กิจเรืองโรจน์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 2559. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อ การตอบรับจากลูกค้าและผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. **วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. 53-66.
- วสุริดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. 2561. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบ การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. ปีที่ 11. ฉบับที่ 1/2561. 2148-2167.
- วรชาติ ดุลยเสถียร. 2558. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในประเทศไทย กรณีศึกษาเชิงประจักษ์โรงแรมในเครือเซ็นทารา. **ปรัชญาดุสิตบัณฑิต**. สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. 2559. แบบจำลองสมการโครงสร้างการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อความ ได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของ ธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา. **วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร**. ปีที่ 13. ฉบับที่ 2/2559. 79-99.
- ศิริลักษณ์ โรจน์กิจอำนวย. 2556. การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยว อิเล็กทรอนิกส์ไทย. **วารสารบริหารธุรกิจ**. ปีที่ 36. ฉบับที่ 139/2556. 12-26.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2560. **ต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงที่เหลือของปี 2560 ยังมีแนวโน้มสดใส เป้าหมายรายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีน่าจะขยับสู่ 1.81 ล้านล้านบาท**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornresearch.com>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2561. **แนวโน้มเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวปี 2561**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว18012561.pdf>

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2560. โครงการรายงานและพยากรณ์สถานการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2017/07/TCT_confidence_file_th_2017-03-30_14-21-59.pdf
- สุริวัณษ์ วงษ์ทิพย์. 2561. เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. ฉบับที่ 15/2561. 21-36.
- หิรัญรักษ์ จันทิมะ. 2559. อิทธิพลของนวัตกรรมการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานการตลาดของธุรกิจโรงแรมบูติกในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ. ปีที่ 9. ฉบับที่ 1/2559. 195-208.
- อัครนันท์ คิตสม. 2558. ตัวแปรกำหนดการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในธุรกิจขนาดเล็ก. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. ปีที่ 12. ฉบับที่ 1/ 2558. 37-53.
- Francisco J. Mata, William L. Fuerst and Jay B. Barney. 1995. Information Technology and Sustained Competitive Advantage : A Resource-Based Analysis. **MIS Quarterly**. Vol. 19. No. 4. 487.
- Franklyn Chukwunonso, Joshua O. Omoju, David Ikani & Mohammed B.Ribadu. 2011. Management of Information Technology for Competitive Advantage : A Sawy Study. **Journal of Scientific Research**. Vol. 1. No. 2. 121-129.
- G.Tomas M. Hult, Charles C. Snow and Destan Kandemir. 2003. The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. **Journal of Management**. Vol. 29. No. 3. 401-426.
- Islam Mohamed Salim and Mohamed Sulaiman. 2011. Organizational Learning, Innovation and Performance: A Study of Malaysian Small and Medium Sized Enterprises. **International Journal of Business and Management**. Vol. 6. No. 12. 118-125.
- Jane Tung. 2012. A Study of Product Innovation on Firm Performance. **International Journal of Organizational Innovation**. Vol. 4. No. 3. 84-97.
- Max McKeown. 2008. **The Truth About Innovation**. London, Prentice Hall.
- Michael E. Porter. 1990. The competitive advantage of nations. **Harvard Business Review**. Vol. 68. 73-93.
- Michael E. Porter. 2007. Technology and Competitive Advantage. **The Journal of Business Strategy**. Vol. 5. No. 3. 60-78.
- Natthapat Wichianchai. 2559. การแข่งขันและการปฏิวัติเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโรงแรม. [online] Available at จาก <https://techsauce.co/hardware/hotel-hospitality-industry-growth-technology-competition>

- Robert F. Hurley and G. Tomas M. Hult. 1998. Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. **Journal of Marketing**, Vol. 62. No. 3. 42-54.
- Rogers, E.M. 1995. **Diffusion of Innovation**. 4th ed. New York: Free Press.
- S. Subba Rao and Glenn Metts. 2003. Electronic commerce development in small and medium sized enterprises; a stage model and its implications. **Business Process Management Journal**. Vol. 9. No. 1. 11-32.
- Siriwan Khunjit. 2558. กลยุทธ์ที่สร้างรายได้เปรียบในเชิงธุรกิจ (5 กลยุทธ์). [online] Available at <http://khunjit.blogspot.com/2015/09/5.html>
- Zhaohui Zhu and Feng Huang. 2012. The Effect of R&D Investment on Firms' Financial Performance: Evidence from the Chinese Listed IT Firms. **Modern Economy**. Vol. 3. No. 8. 915-919.

รายการอ้างอิงจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Translated Thai References)

- Bangkokbiznews.com. 2017. **Hotel Business Fiercely Expected the 60th Year**. Revenue Grew by 3.7-5.5%. [online] Available at <http://www.bangkokbiznews.com> (In Thai)
- Boonvatcharapai, T., Jadesadalug, V. and Tuntrabundit, K. 2016. Organizational Creativity and Service Innovation of Thai Boutique Hotel. **Veridian E-Journal**. Silpakorn University. Vol. 9. No. 3. 1242-1259. (In Thai)
- Danphattanaphum, T. 2014. The Performance of Customer Relationship Management of Hotel Business in The East of Thailand. **Veridian E-Journal**. Vol. 7. No. 1. 245-260. (In Thai)
- Ektawang, 2558. <http://ektawangm301.blogspot.com/>
- Juntima, H., Auncharuen, N and Tontrabanthid, K. 2016. The Influence of Marketing Innovation and Marketing Environments on Marketing Performance of Boutique Hotel Business in Thailand. **Journal of Social Science**. Vol. 9. No. 1. 195-208. (In Thai)
- Kanjanasilanon, C. 2017. Customer Satisfaction and Relationship Marketing in Hotel Business. **DusitThani College Journal**. Vol. 11. No. Special. 302-317. (In Thai)
- Kasikorn Research Center. 2017. **Thai Tourism in 2017 Target Revenue to 2 Trillion Baht**. [online] Available at <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36759.aspx> (In Thai)

- Kasikorn Research Center. 2018. **Economic and tourism trends in 2018**. [online] Available at <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว18012561.pdf> (In Thai)
- Kijruangroj W. and Jadesadalig V. 2015. The Impact of Customer Relationship Management on Customer Responsiveness and Business Performance of Electronic Commerce in Thailand. **Journal of Accounting and Management Maharakram University**. Vol.8 No.2. 53-66.
- Khonbun, C. 2016. The Study of the Value and Satisfaction of the Users of Information Technology System for Hotel Business : A Case Study of 3-Star Hotels in Bangkok. **Dusit Thani College Journal**. Vol. 10. No. 2. 180-195. (In Thai)
- Khunjit, S. 2015. **Strategic Business Advantage (5Strategies)**. [online] Available at <http://khunjit.blogspot.com/2015/09/5.html> (In Thai)
- Kidsom, A. 2015. Determinantsof Informationand CommunicationTechnology Adoption : Case Studyof Small Businesses. **MUT Journal of Business Administration**. Vol. 12. No. 1. 37-53. (In Thai)
- Lalitsasivimol, W. 2016. The Structural Equation Model Human Capital Development Affecting the Competitive Advantage for Performance Success of Private Businesses in Songkhla Province. **MUT Journal of Business Administration**. Vol. 13. No. 2. 79-99. (In Thai)
- Leekpai, P., Jaroenwisan, K., Trichan, C. and Jirakiattikul, S. 2014. Innovativeness of Hotel Business in Southern Thailand. **Journal of Management Sciences**. Vol. 31. No. 1. 69-95. (In Thai)
- MarketingOops. 2017. **Hotels.com show 5 factors influencing Thai tourists To book**. [online] Available at <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/hotels-com-trend-travel-thai-consumer/> (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. 2015. **Thailand Tourism Strategy 2015 – 2018**. [online] Available at https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114 (In Thai)
- Nakkasem, W. and Pasunon, P. 2018. Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok. **Veridian E-Journal**. Silpakorn University. Vol. 11. No. 1. 2148-2167. (In Thai)
- Onruang, K., Charpavang, C. and Sananearmengthaisong, M. 2013. Relationships between Modern Organizational Strategy Management and Competitive Advantage of Hotels Businesses in Thailand. **Journal of Humanities and Social Sciences Maharakram University**. Vol. 32. No. 6. 150-161. (In Thai)

- Pongphankae, D. and Chantuk, T. 2017. The Development of Hotel Operating System by Creative Innovation to Promote Health Tourism in the Future. **Dusit Thani College Journal**. Vol. 12. No. 1. 374-387. (In Thai)
- Rotjanaumnouykti, S. 2013. Information Technology Assimilation and Thai E-tourism Progression. **Journal of Business Administration**. Vol. 36. No. 139. 12-26. (In Thai)
- Sakulwat, T. 2016. **The competitive Advantage of Organizations in the Digital Economy**. [online] Available at <http://www.bangkokbiznews.com> (In Thai)
- Samani, T. 2019. Service Innovation of Hotel Industry in Thailand. **Journal of Hospitality and Tourism**. Vol. 4. No. 1. 103-110. (In Thai)
- Sukonthawat, L. 2015. Direction of Strategic Development of Customer Relationship Management of Hotel Businesses in the Western Region. **Journal of Human Ecology**. Vol. 17. No. 2. 1-16. (In Thai)
- Songsuntonwong, C. 2016. Service Innovation : A Strategy that Create a Competitive Advantage of the Service Business Organization. **Journal of Modern Management**. Vol. 14. No. 2. 13-24. (In Thai)
- Surinwarangkul, T. and Pongthawornphinyo, S. 2017. Hotel Business in Bangkok and Information Technology Use for Marketing and Promotion. **Journal of Information Technology and Innovation Management**. Vol. 4. No. 1. 66-74. (In Thai)
- Sakulwat, T. 2016. **The competitive Advantage of Organizations in the Digital Economy**. [online] Available at <http://www.bangkokbiznews.com>
- Thongsard, T. 2013. **Competitive Advantage Strategy and Corporate Social Responsibility of Resort Entrepreneurs in Kaengrachan District**. Phetchaburi Province. Master of Business Administration Program in Entrepreneurship. Silpakon University. (In Thai)
- Tourism Council of Thailand. 2017. **The project of reporting and forecasting tourist behavior and the confidence of operators in the Thai tourism industry**. [online] Available at http://www.thailandtourismcouncil.org/wpcontent/uploads/2017/07/TCT_confidence_file_th_2017-03-30_14-21-59.pdf (In Thai)
- Wichianchai, M. 2016. **Competitive and Technological Revolution in the Hotel Industry**. [online] Available at <https://techsauce.co/hardware/hotel-hospitality-industry-growth-technology-competition> (In Thai)
- Wongtip, S. 2018. Social Networks: the online marketing communication strategies for attracting customers in the digital age. **MUT Journal of Business Administration**. Vol. 15. No. 1. 21-36. (In Thai)

Worachat Dulyasatien. 2015. **Factors Actors Affecting the Performance of Large of Hotel Business in Thailand: The Empirical study of Centara Hotels**. Doctor of Philosophy Program in Management. Graduate School, Silpakorn University. (In Thai)