

ชื่อเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์กับศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทย

ผู้วิจัย นายพิมพ์เกียรติ เชื้อมราศรี

กรรมการควบคุม อาจารย์ ดร. ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาจริย์ ผลประเสริฐ

ปริญญา บธ.ม. สาขาวิชา การจัดการเทคโนโลยีและพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2551

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างสูง รูปแบบของธุรกิจมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผู้บริโภค การเลือกนำเสนอสินค้าและบริการมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้จำนวนมากทั่วโลกได้ในเวลาเดียวกันและเปิดบริการตลอดเวลา ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมที่เปิดให้บริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด การเสริมสร้างประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์กับศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทย จำนวน 113 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ F-test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการสนับสนุนช่วยเหลือด้านการสื่อสาร และด้านการกระตุ้นความสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความปลอดภัย และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ลูกค้า ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเครือข่ายธุรกิจ และด้านการจัดการความรู้



ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทยที่มีที่ตั้งของธุรกิจ
ระยะเวลาในการดำเนินงานและจำนวนเงินทุนปัจจุบันแตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการ
มีประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์เมื่อพิจารณาทุกด้านพร้อมกันแตกต่างกัน และผู้จัดการ
ฝ่ายการตลาดที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขัน
ทางการตลาดแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า ประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์
ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการสนับสนุนช่วยเหลือ และด้านการกระตุ้น
ความสนใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด ด้านความสัมพันธ์
ลูกค้า ด้านเครือข่ายธุรกิจ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มา
ของเทคโนโลยี ด้านการจัดการความรู้และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ

โดยสรุป ประสิทธิภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการแข่งขัน
ทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการประกอบการธุรกิจ
ท่องเที่ยวและโรงแรม ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดของธุรกิจ
รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการวางแผนพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในประเทศไทย
ให้มีศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดต่อไป



TITLE Relationships between e-service Efficiency and Marketing Competitiveness of
Tourism and Hotel Business in Thailand

AUTHOR Mr. Pimkirat Chiumrasee

ADVISORS Dr.Supaphong Pinweha and Prof. Dr.Prajaree Phonpasert

DEGREE M.B.A MAJOR Technology and Electronic Commerce Management

UNIVERSITY Maharakham University **DATE** 2008

ABSTRACT

In the present time, there are high competitions in running business. Business models adjust rapidly in order to meet the demand of the consumers. The product and service presentation are in various channels such as the Internet and website which is a medium that can reach to mass clients all over the world at the same time. Moreover, it is always open. The tourism and hotel business, which could provide e-service through the Internet, can take advantage in the competition and this will lead to organization competitiveness. In order to build the marketing competitiveness for a business, it is important to enhance e-service efficiency which could lead to have advantage over competitors. Therefore, the researcher conducted a study of the relationship between e-service efficiency and marketing competitiveness of tourism and hotel business in Thailand, by using a questionnaire as an instrument for collecting data from 113 marketing managers of tourism and hotel business in Thailand, selected by a stratified random sampling technique. The statistics used for analyzing the collected data were F-test (ANOVA and MANOVA), multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The findings revealed that the marketing managers of tourism and hotel business agreed with having e-service efficiency as a whole and in each of all these aspects at high level : reliability, efficiency, support, communication, incentive; but in the aspect of security, they agreed with having it at a middle level. They also agreed with having marketing competitiveness both as a whole and in each of all these aspects at a high level including customer relationship, organizational learning, productivity, technology sourcing, and entrepreneurship orientation, but in terms of business network and knowledge management, they agreed with having at a middle level.



The marketing managers of tourism and hotel business agreed with different business location, operational incomes, and current investment capital agreed differently with having e-service efficiency as a whole and in each of the studied aspects. The marketing managers from different types of business agreed differently with having marketing competitiveness.

According to analysis of the data in terms of relationships and effects, it was found that e-service efficiency in terms of reliability, efficiency, support, and incentive showed positive relationships with and effects on marketing competitiveness in terms of customer relationship, business network, organizational learning, productivity, technology sourcing, knowledge management, and entrepreneurship orientation.

In conclusion, e-service efficiency had positive relationships with and effects on marketing competitiveness. Therefore, it is suggested that this study finding should be applied as information in running tourism and hotel business, and it could be used as a guide line for develop marketing strategy and policy, as well as adapted into the planning of tourism and hotel business development and competitiveness enhancement in Thailand.

