

ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิทยานิพนธ์
ของ
บัวสอน พวงสวัสดิ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
กันยายน 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิทยานิพนธ์
ของ
บัวสอน พวงสวัสดิ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
กันยายน 2557
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม





คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางบัวสอน พวงสวัสดิ์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



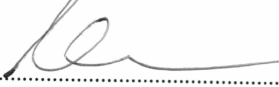
(ผศ.ดร.อมร สุวรรณนิมิตร)



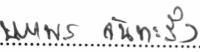
(อาจารย์ ดร.นันทนา อุ่นเจริญ)



(ผศ.ดร.ชัยฤดี ตันตระกูล)



(อาจารย์ ดร.โอชญญา บัวธรรม)



(อาจารย์ ดร.นภาพร จันทะรัง)

ประธานกรรมการ

(อาจารย์บัณฑิตศึกษาภายนอกคณะ)

กรรมการ

(ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

กรรมการ

(กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

กรรมการ

(อาจารย์บัณฑิตศึกษาประจำคณะ)

กรรมการ


(ผู้ทรงคุณวุฒิ)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม



(ผศ.ดร.สมเกียรติ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
Mahasarakham University



(ศ.ดร.ประดิษฐ์ เทอดทูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 12 เดือน ก.ย. พ.ศ. 2567

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ประสบความสำเร็จและเสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.นันทนา อุ่นเจริญ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี ตันตระกูล ติตย กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาเสนอแนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดมาตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ปฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมานิชกิจ คณบดี คณะการบัญชีและการจัดการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม อาจารย์คณะการบัญชี และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะการท่องเที่ยวและโรงแรมที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์กนก โตสุรัตน์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกาศิต อานุกาฬแสนยากร อธิการบดี ที่เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยสนับสนุนทุนการศึกษาและระยะเวลาทำให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการให้ข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์ อย่างยิ่งต่อการวิจัย

และท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงคุณแม่แม่ยม แก้วสุวรรณ บิดาและมารดา ของผู้วิจัย ที่ได้เลี้ยงดูให้ความรัก ความอบอุ่นและอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีความขยัน อดทน รวมถึงกำลังใจที่สำคัญจากครอบครัวคุณโอรส พวงสวัสดิ์ เด็กหญิงศุภิสรา-นัฐวรรณ พวงสวัสดิ์ ตลอดจนพี่น้อง ญาติมิตรและเพื่อนรักทุกคน

คุณค่าและอรรถประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรม สั่งสอน ตักเตือน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติสืบต่อไป

บัวสอน พวงสวัสดิ์



ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้วิจัย	นางบัวซอน พวงสวัสดิ์
กรรมการควบคุม	อาจารย์ ดร.นันทนา อุ้นเจริญ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี ตันตระกูล
ปริญญา	ศศ.ม. สาขาวิชา การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศ (ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการฐานข้อมูล ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน และด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ) ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย จำนวน 144 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ t-test, F-test, Multiple Correlation Analysis, Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ ด้านการจัดการฐานข้อมูล ด้านการออกแบบบริการ และด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนการบริการที่เป็นเลิศด้านการจัดการข้อร้องเรียนไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังพบว่าผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจไม่แตกต่างกัน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ตลอดจนเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งในด้านที่เป็นตัวเงินและด้านภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ อันจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้



TITLE Impact of Excellence Service on Operational Results of Hotel Business in North East Region
AUTHER Mrs. Buasorn Puangsawat
ADVISORS Dr. Nantana Ooncharoen and Assist. Prof. Dr. Khwanruedee Tuntrabundit
DEGREE M.A. **MAJOR** Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY Mahasarakham University **DATE** 2014

ABSTRACT

The main purpose of this study was to examine the impact of excellence service, namely customer database management, service design, service operation, complaint handing, and service improvement on the hotel business's operational results in the north east region. The sample group was 144 hotel business executives of hotel businesses in the north east region. The data were collected using a questionnaire. The statistics used in this study included t-test, F-test, Multiple Correlation Analysis, and Multiple Regression Analysis.

The results revealed that the excellence service in service improvement, customer database management, service design, and service operation had positive impact on the business performance of the north eastern hotel business. However, the complaint handing was only one service which had no positive impact on the business performance of the north eastern hotel business.

The executives from hotel businesses with different business types, capitals, durations of operation, business standard, number of hotel rooms, and number of employees had no difference in their opinions on excellence services and business performances.

The finding of this study can be used for hotel businesses to develop strategies for the improvement and the development of excellence services to achieve their organizations' goals as well as to enhance their business performances for both financial return and better business and reputational images. The strategies will help create customers' positive impression toward the organization, resulting in its success to achieve the targeted operational result.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ
	ภูมิหลัง
	ความมุ่งหมายของการวิจัย
	ความสำคัญของการวิจัย
	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
	ขอบเขตของการวิจัย
	สมมุติฐานของการวิจัย
	นิยามศัพท์เฉพาะ
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	ประวัติความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม
	แนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ
	แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	งานวิจัยในประเทศ
	งานวิจัยต่างประเทศ
3	วิธีดำเนินการวิจัย
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
	การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
	ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
	ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	63
ตอนที่ 5 การทดสอบสหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ ในการทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64
ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน	66
ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน	69
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	73
ความมุ่งหมายของการวิจัย	73
สรุปผล	73
อภิปรายผล	76
ข้อเสนอแนะ	82
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	89
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	90
ภาคผนวก ข ค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม	97
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	100
ประวัติย่อของผู้วิจัย	104



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริหาร ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	46
2 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53
3 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	55
4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ โดยรวมและเป็นรายด้านของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	57
5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูลเป็นรายชื่อ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	58
6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการเป็นรายชื่อ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	59
7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	60
8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียนเป็นรายชื่อ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	61
9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการเป็นรายชื่อ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	62
10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ...	63
11 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64
12 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย ของการบริการที่เป็นเลิศ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65
13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน (t-test)	66
14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)	66
15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีมาตรฐานธุรกิจต่างกัน (ANOVA)	67
16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)	67
17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนห้องพักแตกต่างกัน (ANOVA)	68



ตาราง	หน้า
18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน (ANOVA)	68
19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน (t-test)	69
20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)	70
21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีมาตรฐานธุรกิจแตกต่างกัน (ANOVA)	70
22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)	71
23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน (ANOVA)	71
24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน (ANOVA)	72



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดการวิจัย	4
---	--------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. 2555 : 5)

ธุรกิจโรงแรม (Hotel Business) เป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล (จารุวรรณ บุตรสุวรรณ. 2551 : 2) จากแนวโน้มการขยายตัวและมีการลงทุนในธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่องทำให้โรงแรมและห้องพักรมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นมากขึ้น ทำให้นักลงทุนและผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้พยายามคิดค้นกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขัน ภายใต้ข้อจำกัดการดำเนินงานในเรื่องของการควบคุมต้นทุนให้ต่ำที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า (มันทนา เพ็งแจ่ม. 2554 : 4)

จากแนวโน้มธุรกิจบริการในประเทศไทยที่จะมีการเกิดขึ้นอย่างมากมายในประเทศย่อมทำให้ธุรกิจบริการเกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องและแน่นอนว่า ในทุกธุรกิจบริการจะมีรูปแบบการบริการตามกลุ่มธุรกิจที่คล้ายๆ กันเช่น กลุ่มโรงแรม กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มศูนย์ซ่อมบำรุง กลุ่มธนาคาร กลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยในแต่ละกลุ่มก็จะออกแบบรูปแบบ การให้บริการใกล้เคียงกัน การที่องค์กรจะยั่งยืนได้อย่างโดดเด่นสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง ปัจจัยสำคัญที่สุดคือการบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) ซึ่งธุรกิจได้จัดบริการให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์เกิดความประทับใจ เกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ อันจะส่งผลต่อกิจการในรูปของตัวเงิน มูลค่าหุ้น ผลกำไร และทางจิตใจทำให้ลูกค้ามีความทรงจำที่ดี โดยในมุมมองขององค์กรก็จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการบริการที่เป็นเลิศเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) อันจะเป็นความแข็งแกร่ง ที่คู่แข่งยากที่จะตามทัน รวมทั้งทำให้เกิดตราสินค้าขององค์กร (Brand) มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีมูลค่าสูงทั้งในสายตาของลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งในอนาคตการบริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบริการ (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. 2549 : 14-15) ดังนั้น องค์กรที่มีการบริการที่เป็นเลิศที่สามารถสนองความ พึงพอใจในการให้บริการและความจงรักภักดีจึงก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (กิตติยา คำสวัสดิ์. 2552 : 2) ในยุคโลกาภิวัตน์และธุรกิจไร้พรมแดน ธุรกิจที่มีคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศเท่านั้น ที่จะอยู่รอดได้และเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง (สมิต สัชฌุกร. 2554 : 1) และสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารและพนักงานในงานบริการลูกค้าต้องตระหนักไว้เสมอก็คือคุณภาพในการบริการลูกค้าไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ หากแต่เป็นผลจากความตั้งใจจริง ความพยายามอย่าง มุ่งมั่น เป้าหมายและกลยุทธ์ที่ชาญฉลาด และการปฏิบัติอย่างจริงจังเท่านั้น หากทำได้ทั้งหมดนี้



การบริการที่เป็นเลิศและความจงรักภักดีของลูกค้าก็จะให้ผลตอบแทนที่งามแก่กิจการโดยปราศจากข้อสงสัยใดๆ (บริษัท พัฒนกิจ บัญชี ภาษีและการฝึกอบรม จำกัด. 2556 : เว็บไซต์)

ผลการดำเนินงานของธุรกิจสามารถนำพาให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ โดยวัดได้จากผลการดำเนินงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานของธุรกิจทั้ง 2 ลักษณะ ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน (Income) และผลลัพธ์ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Image) ที่แสดงออกมาเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (ศุภางค์ นันตา. 2555 : 35) โดยผลงานมีหลายระดับตั้งแต่ผลงานส่วนบุคคล ผลงานของหน่วยงาน หรือผลประกอบการระดับองค์กร ซึ่งอาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ ในการประเมินผลการดำเนินงานสามารถใช้วิเคราะห์ทางการเงินได้แต่ก็เป็นเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น (ศิวดล พัฒนาจักร. 2554 : 2) ยังต้องอาศัยการประเมินด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจซึ่งเปรียบเสมือนสินทรัพย์อันมีค่าที่ช่วยเอื้อให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง (Morley. 1998 : unpagged) ซึ่งการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรหรือธุรกิจให้โดดเด่นมีความสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลและบริการต่างๆ เป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้ารวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงบริการขององค์กรหรือธุรกิจ (มนสิชา อินทจักร. 2555 : 95) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานทั้งรายได้ที่เป็นตัวเงินรวมถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีแก่ลูกค้า รวมถึงเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่ง

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริการที่เป็นเลิศมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์พัฒนาและปรับปรุงการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจในการบริการและเพิ่มผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



4. เพื่อเปรียบเทียบการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงานต่างกัน

5. เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงานต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานของธุรกิจ

2. เพื่อเป็นข้อสนเทศในการพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงระบบการให้บริการที่มีคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ ประทับใจและเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดทิศทางในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5. เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งรายได้ที่เป็นตัวเงินและภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือธุรกิจบริการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย

6. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศและประเด็นที่เกี่ยวข้องสำหรับผู้สนใจและเพื่อประโยชน์ในการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) โดยประยุกต์จากแนวความคิดคุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วย (พิสิทธิ พิพัฒน์โกศากุล. 2549 : 48 – 114)

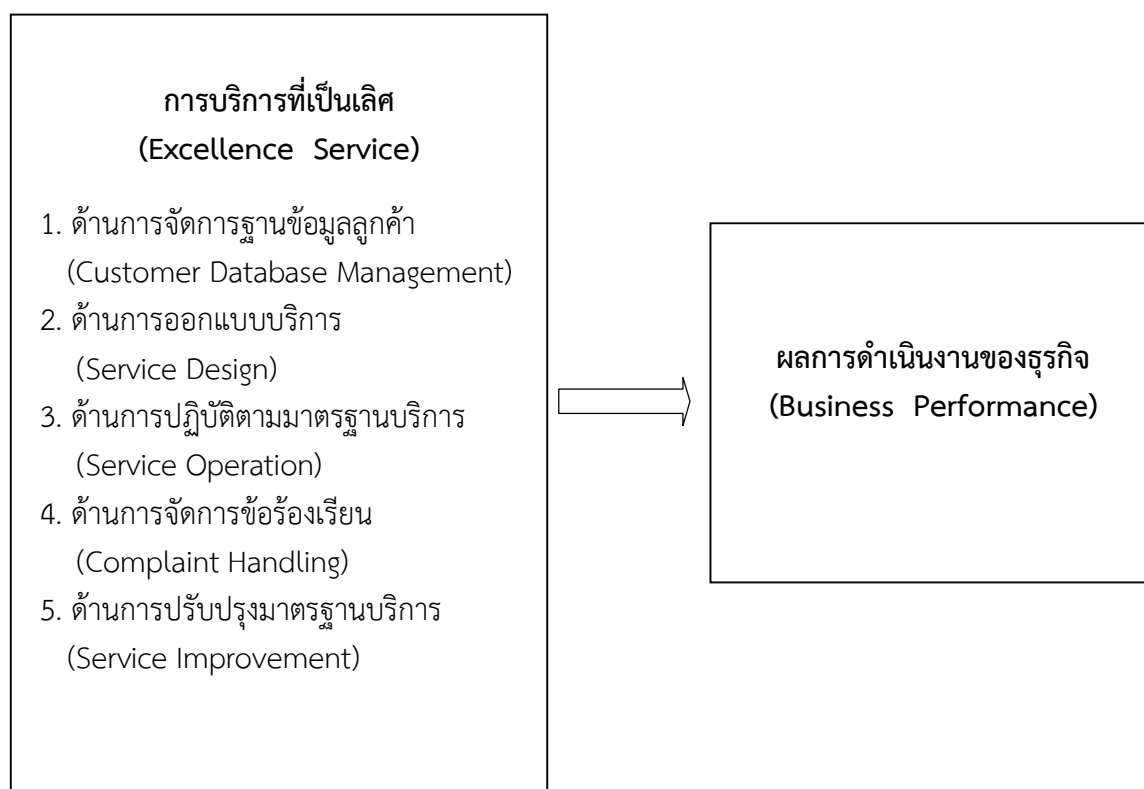
- 1.1 ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database Management)
- 1.2 ด้านการออกแบบบริการ (Service Design)
- 1.3 ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation)
- 1.4 ด้านการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling)
- 1.5 ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Service Improvement)



2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) คือผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานของธุรกิจทั้ง 2 ลักษณะ โดยประยุกต์จาก ศุภางค์ นันตา (2555 : 35) และมนสิชา อินทจักร (2555 : 12) ได้แก่

2.1 ผลลัพธ์รายได้ที่เป็นตัวเงิน (Income)

2.2 ผลลัพธ์ที่เป็นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Image)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 225 คน (บริษัท เดอะ เดสติเนชั่น. 2555 : เว็บไซต์) เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 144 คน โดยการเปิดตาราง Krejcie และ Margan (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 45) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

3. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนเมษายน-กรกฎาคม 2556



5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การบริการที่เป็นเลิศ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

กลุ่มที่ 2 การเปรียบเทียบการบริการที่เป็นเลิศและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ การบริการที่เป็นเลิศ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมติฐานของการวิจัย

1. การบริการที่เป็นเลิศมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัมีการบริการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน
3. ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัมีผลการดำเนินงานแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจโรงแรม (Hotel Business) หมายถึง องค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจโดยจัดให้บริการที่พักสำหรับลูกค้าเพื่อพักค้างคืน ซึ่งอาจมีการจัดบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องประชุมสัมมนา บริการซักรีดอินเทอร์เน็ต ร้านขายของฝากของที่ระลึกหรือบริการรูปแบบอื่นๆ ที่จัดไว้บริการให้แขกที่มาพักอาศัย โดยได้รับเงินเป็นค่าตอบแทนในการบริการ ซึ่งมีมาตรฐานบริการระดับ 3 – 5 ดาว
2. ผู้บริหารธุรกิจ (Executive) หมายถึง กรรมการผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. การบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพในลักษณะเป็นกระบวนการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ ประกอบด้วย
 - 3.1 การจัดการฐานข้อมูล (Customer Database Management) หมายถึง การบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บ บันทึก รวบรวม จัดกลุ่ม แยกแยะข้อมูล และนำเอาข้อมูลของลูกค้าออกมาใช้งานตามวัตถุประสงค์ โดยมีการนำโปรแกรมซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยในการจัดการ



ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อการใช้ของโปรแกรมประยุกต์อย่างมีประสิทธิภาพและลดการซ้ำซ้อนของข้อมูลรวมทั้งความขัดแย้งของข้อมูลที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

3.2 การออกแบบบริการ (Service Design) หมายถึง การนำเอาข้อมูลของลูกค้าที่สำคัญ ที่ได้จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องตามความต้องการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการคือ มาตรฐานบริการ (Service Standard) ที่กิจการจะใช้เป็นมาตรฐานในการให้พนักงานปฏิบัติตาม เพื่อส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า

3.3 ด้านปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation) หมายถึง การนำเอามาตรฐานบริการที่กำหนดไว้ไปดำเนินการให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานบริการที่ตั้งไว้เพื่อส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า

3.4 การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) หมายถึง การนำเอาข้อร้องเรียนของลูกค้ามาทำการแก้ไขเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและป้องกันมิให้เกิดปัญหาที่ลูกค้าซ้ำอีก รวมทั้งการนำเอาข้อมูลมาบริหารจัดการเพื่อปรับปรุงระบบการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.5 การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Service Improvement) หมายถึง การสร้างมาตรฐานการให้บริการลูกค้าให้สูงขึ้นมากกว่าความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่องโดยการสัมภาษณ์ลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจ การรับคำร้องเรียน การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า การโทรศัพท์ติดตามความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับบริการ

4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจใน 2 ลักษณะ คือ

4.1 รายได้ที่เป็นตัวการเงิน ได้แก่ ผลลัพธ์รายได้ที่เป็นตัวเงิน (Income) หมายถึง ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น สามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักได้ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น และมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

4.2 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Image) ได้แก่ ผลลัพธ์ที่เป็นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ หมายถึง การตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ภาพลักษณ์ ในการบริการ ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ การรักษาและจูงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ และการดึงดูดลูกค้าใหม่มาใช้บริการ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบหรือประเด็นในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานธุรกิจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม

1. ความหมายของธุรกิจโรงแรม

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ได้ให้ความหมายไว้ว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ ไม่รวมถึง 1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน 2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น 3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547. 2555 : เว็บไซต์)

สารานุกรมเสรี (2555 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจจัดตั้งขึ้น เพื่อจัดให้บริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหารและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและการเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า “แขก” (Guest)

“โรงแรม” หมายถึงลักษณะที่เป็นที่พักที่เปิดให้คนเข้าไปเช่าพักเป็นการชั่วคราวและมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน ตั้งแต่แบบเกสต์เฮ้าส์ (Guesthouse) โรงแรมขนาดเล็ก โรงแรมขนาดกลาง ขนาดใหญ่ โรงแรมสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ (Motel) และโรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotel) เป็นต้น (อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. 2547 : 12)

โรงแรมเป็นธุรกิจบริการที่สำคัญ หลายแห่งใช้คำว่า Hotel Industry หรือ Hospitality หมายถึง การบริการ โดยเฉพาะการจัดการด้านที่พักแรมเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และไม่มีธุรกิจใดในกิจการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาตรฐานสากล และ



มีความเชื่อมโยงในลักษณะงานระหว่างประเทศเท่ากับกิจการโรงแรม เช่น กิจการโรงแรมในเครือที่ถือกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีเครือข่ายขยายกิจการไปตามประเทศต่างๆทั่วโลก (นันทนา อุ่นเจริญ. 2549 : 11)

ธารีทิพย์ ทากิ (2549 : 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โรงแรม หมายถึง สถานประกอบการ ที่เน้นบริการด้านห้องพักเป็นหลักที่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ประกอบซึ่งมุ่งเน้นให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยได้รับเงินค่าบริการเป็นการตอบแทน

โรงแรม (Hotel) เป็นคำศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง อาคารหรือบ้านพักขนาดใหญ่ ใหญ่ คุกาศหรือนบ้านพักของเศรษฐี โดยมีรากศัพท์มาจากคำว่าโฮสต์ (Host) หมายถึง เจ้าของบ้านในภาษาอังกฤษ คำว่า โฮเต็ล (Hotel)ซึ่งใช้เป็นที่พักค้างคืนตามพระราชบัญญัติโรงแรมของอังกฤษกำหนดว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2550 : 68)

ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation Business) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันนิยมใช้คำเรียกธุรกิจที่พักแรมว่า ธุรกิจโรงแรม (Hotel Business) ซึ่งหมายถึงกิจการที่ให้บริการด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของกิจการ ธุรกิจที่พักแรมมีความสำคัญกับผู้เดินทางตั้งแต่สมัยโบราณ เนื่องจาก ผู้คนที่เดินทางไปยังที่ต่าง ๆ นั้นย่อมต้องการที่พักแรมในที่ที่มีความสะดวกสบายและมีความปลอดภัย ไม่ว่าผู้เดินทางนั้นจะมีจุดหมายในการเดินทางอย่างไรก็ตาม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2550 : 68)

จากความหมายที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ธุรกิจโรงแรม หมายถึง สถานประกอบการในลักษณะที่มีการจัดบริการที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ห้องประชุม สัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและการเดินทาง ซึ่งจัดไว้ให้บริการสำหรับลูกค้าเพื่อพักค้างคืน หรือมีการจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา สังสรรค์บันเทิงและอื่น ๆ โดยผู้เข้าพักจ่ายค่าบริการ

2. ความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม

ในสมัยโบราณ เมื่อกว่า 1,000 ปีก่อนคริสต์ศตวรรษ ที่มนุษย์ต้องเดินทางโดยทางบกและทางทะเลนั้น แม้ไม่มีหลักฐานที่ปรากฏแน่ชัดว่า มีการสร้างที่พักสำหรับผู้เดินทางเอาไว้ แต่สามารถสันนิษฐานได้ว่า นักเดินทางจำเป็นต้องหยุด และแวะหาที่พักระหว่างทาง ซึ่งอยู่ใกล้กับเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง ดังนั้น ที่พักสำหรับคนเดินทางในสมัยก่อน จึงอาจสร้างขึ้นในลักษณะที่มีหลังคาที่พื้นโล่ง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2550 : 72-73) อุตสาหกรรมโรงแรมเริ่มขึ้น ในยุคกรีกโบราณ ซึ่งในอดีตเรียกว่าที่พักแรมสำหรับคนเดินทาง (Taverns) เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมทางสังคมและทางศาสนาของวัฒนธรรมกรีกและโรมัน คาดว่าได้เกิดขึ้นเมื่อราวก่อนคริสต์ศักราช 50 ปี ผู้ชายจะเป็นฝ่ายนิยมใช้ที่พักแรมสำหรับคนเดินทางเสียส่วนใหญ่ แต่วัฒนธรรมประเพณีสมัยนั้น ก็อนุญาตให้ผู้หญิงใช้ที่พักแรมสำหรับคนเดินทางเพียงเพื่อเป็นสถานที่รับรองแขกเพื่อมาฟังเพลงและเต้นรำ ที่พักแรมสำหรับคนเดินทางจึงตั้งอยู่ใกล้กับวัดซึ่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่ชาวกรีกได้เดินทางเพื่อเคารพสักการบูชาพระเจ้า ทำการฆ่าสัตว์เพื่อบูชาพระเจ้าเมื่อเสร็จพิธีกรรมทางศาสนาแล้วก็จะย้ายสถานที่ไปยังที่พักสำหรับคนเดินทางเป็นเพียงสถานที่จัดเลี้ยงสถานที่ที่พักแรมสำหรับคนเดินทางในยุคกรีกโบราณได้จัดแบ่งห้องพักไว้สำหรับผู้เดินทาง การดำเนิน



กิจการโรงแรมในยุคสมัยปัจจุบันนี้จึงได้จำลองแบบอย่างเช่นเดียวกับที่ได้เกิดกิจการที่พักแรมในยุคกรีกโบราณ เนื่องจากอาณาจักรโรมันเป็นอาณาจักรที่กว้างใหญ่ไพศาล ข้าราชการโรมันและพ่อค้าต่างก็เดินทางไปเพื่อประกอบธุรกิจการค้าไปด้วย ในที่สุดก็เริ่มจากกิจการสถานบริการห้องพักขนาดเล็ก (Inn) และที่พักแรมสำหรับคนเดินทาง ต่างก็ขยายกิจการเพื่อรองรับกิจกรรมที่เกิดขึ้น แต่โดยเหตุที่สังคมชาวโรมันเป็นสังคมที่แบ่งชนชั้นอย่างเข้มงวด ข้าราชการที่เดินทางไปจะพักแรมตามบ้านพักที่จัดรับรองไว้ให้โดยเจ้าของบ้าน สำหรับพ่อค้าและประชาชนที่ไม่ได้เป็นข้าราชการสำนักจะเข้าพักแรมยังสถานบริการห้องพักขนาดเล็ก โดยมีการจัดตกแต่งไว้เพื่อความสะอาดสบายแต่ไม่ถึงกับหรูหรา

โรงแรมแห่งแรกที่สร้างขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา สร้างขึ้นเมื่อราว ค.ศ. 1607 เป็นลักษณะสถานบริการห้องพักขนาดเล็กเลียนแบบจากอังกฤษ แต่มีความแตกต่างที่สหรัฐอเมริกาให้ได้นักทุกคนขึ้นเข้าพักแรม โรงแรมแห่งแรกที่ทันสมัยและเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งของประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ทริมอนต์ไฮเต็ล มีความหรูหราและทันสมัยมากในขณะนั้น จนถึงปี ค.ศ. 1794 มีโรงแรมเกิดขึ้นใหม่ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ซิตี้ไฮเต็ล (City Hotel) ในมลรัฐนิวยอร์ก พร้อมกับเมืองอื่นๆ ก็ได้สร้างโรงแรมเพิ่มขึ้นตามไปด้วยแต่ยังไม่ถึงกับมีความหรูหราเหมือนกับมาตรฐานในปัจจุบันนี้ การจัดการบริการที่พักแรมและอาหารจึงมีลักษณะธรรมดา (นันทนา อุ่นเจริญ. 2549 : 12)

3. วิวัฒนาการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

โรงแรมในประเทศไทยมีการดำเนินการที่เจริญและเติบโตขึ้นตามความจำเป็นของธุรกิจที่ขยายตัวตามกาลเวลา เช่นเดียวกับประเทศในทวีปยุโรป ในสมัยก่อนธุรกิจโรงแรมยังมีความจำเป็นดังปัจจุบันซึ่งเป็นสถานที่ใช้ต้อนรับผู้เดินทางจากต่างถิ่นต่างประเทศ วันหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมาก โรงแรมในประเทศไทยคาดว่าได้มีมาประมาณ 100 ปี ซึ่งแต่เดิมเรียกว่า “ที่พักคนเดินทาง” ตามคำบอกเล่าและตำราของท่านผู้มีความรู้ ในอดีตที่ที่พักคนเดินทางมีสภาพเป็นเรือนแถวชั้นเดียว ลักษณะเปิดตลอด มิได้จัดเป็นสัดส่วน (ห้อง) ผู้พักจะต้องนอนเรียงกันซึ่งมีลักษณะเดียวกันกับการนอนตามศาลาวัดและศาลาการเปรียญ (นันทนา อุ่นเจริญ. 2549 : 13)

วิวัฒนาการโรงแรมในประเทศไทยเริ่มขึ้นมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ซึ่งประชาชนมีการไปมาหาสู่กันชาวต่างชาติชาวจีนที่เข้ามาในสยามประเทศในเวลานั้นก็พักตามศาลาวัด ต่อมาเมื่อคณะทูตซึ่งมีสมเด็จพระราชาไทยเสด็จกลับจากยุโรปได้นำแนวความคิดของการสร้างโรงแรมมาพัฒนาจนมาถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) มีการปรับปรุงโรงแรมครั้งใหญ่ให้มีความสะอาดสบายและหรูหรามากขึ้นกว่าเดิม มีการนำไฟฟ้าเข้าไปใช้ในโรงแรมเป็นครั้งแรกที่โรงแรมโอเรียนเต็ล เปิดห้องอาหารภายในโรงแรมแบบเต็มระบบและในรัชสมัยนี้เองธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยก็เฟื่องฟูมีการเปิดโรงแรมต่าง ๆ มากมายเช่นในปี พ.ศ. 2413 (ค.ศ. 1870) มีโรงแรมเปิดใหม่คือ Falck's German, Hamburg, Marien, Siam ในปี พ.ศ. 2414 (ค.ศ. 1871) Carter's, Norfolk แต่โรงแรมทั้งหมดที่กล่าวมาสร้างขึ้นและบริหารงานโดยชาวต่างชาติทั้งสิ้นการเจริญเติบโตของธุรกิจที่พักแรมในประเทศไทยเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2512 ตลอดระยะเวลา 30 ปีมีการสร้างที่พักแรมระดับมาตรฐานสากลเพิ่มมากขึ้นทั่วทุกภูมิภาคได้มีการขยายตัวของธุรกิจที่พักแรมมีการพัฒนาบริการและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่องตามสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน พ.ศ. 2543 มีจำนวนที่พักแรมรวม 5,525 แห่ง และมีจำนวนห้องพักรวมทั้งสิ้น 318,812 ห้อง (กันยารัตน์ โกมลัทท และคณะ. 2551 : 2)



ปัจจุบันโรงแรมมิได้เป็นเพียงสถานที่พักแรมแต่ยังเป็นศูนย์กลางการชุมนุมทางสังคม การสร้างสรรค์พักผ่อน ตลอดจนบริการต่างๆที่มีหลากหลายมากขึ้น รูปแบบการบริหารจัดการได้ กลายเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน มีแบบแผนการทำงานและวิธีการเฉพาะตัว โดยได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ในขณะที่อุตสาหกรรม โรงแรมยังคงเติบโตและขยายตัวได้ดีในภาพรวม (นงคันธ์ ศรีธนาอนันต์. 2549 : 20)

วิวัฒนาการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยสามารถสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้ (มาฆะ ชิตตะสังคะ. 2547 : 14-15)

ยุคแรกเริ่มธุรกิจโรงแรม (พ.ศ. 2419-2488) ในยุคนี้โรงแรมที่เกิดขึ้นมีเพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งมีทั้งโรงแรมของรัฐบาลและเอกชนที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศในแถบตะวันตก สำหรับโรงแรมที่ชื่อเสียงได้รับมาตรฐานต่างประเทศที่เกิดขึ้นในยุคนี้มีอยู่ 4 แห่งด้วยกัน คือ โรงแรมโอเรียลเต็ล ซึ่งนับเป็นโรงแรมแห่งแรกของไทยที่สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2419 โรงแรมรอยัล โรงแรมวังพญาไท และโรงแรมทรอคคาเดโร นอกจากนี้ยังมี โรงแรมหัวหินซึ่งเป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของไทยสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2465 โรงแรมรัตนโกสินทร์ และโรงแรมสุริยานนท์ (ปัจจุบันได้ให้เอกชนเข้าไปดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาโดยเปลี่ยนชื่อเป็น โรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัลหัวหิน โรงแรมรอยัลและโรงแรมมาเจสติค)

ยุคที่สองกลุ่มผู้บริหารโรงแรมจากต่างประเทศ (พ.ศ. 2489-2519) ภายหลังจาก สงครามโลกครั้งที่สอง มีธุรกิจการบินหลายแห่งได้เปิดเส้นทางบินเข้ามายังประเทศไทยมากขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล และในช่วงนี้ นอกจากมีการก่อสร้างโรงแรมของ รัฐบาล คือ โรงแรมเอราวัณขึ้นในปี พ.ศ. 2499 โดยให้กลุ่มผู้บริหารโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามา ในช่วงนี้และเป็นที่รู้จักกันดีในปัจจุบัน ได้แก่ อินเตอร์คอนติเนนตัล เซอร่าตัน ไฮแอทรีเจนท์ฮอเลียดี อินน์ แมนดาริน โนวเทลโซฟิเทลและเชวงกรีลา เป็นต้น การบริหารงานโรงแรมโดยการจ้างกลุ่ม ผู้บริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศมาวางระบบการบริหาร เป็นมาตรฐานเดียวกันกับโรงแรม ทุกแห่งในเครือเพื่อเป็นที่ยอมรับทั่วโลก

ยุคที่สามผู้บริหารคนไทย (พ.ศ. 2520-2529) การเปิดตัวของโรงแรมใหม่ ๆ ที่มีการว่าจ้างกลุ่มผู้บริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศเข้ามาในช่วงก่อนหน้านี้นี้ ได้ก่อให้เกิด การถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่พนักงานที่เป็นคนไทยมากขึ้น และเนื่องจากธุรกิจโรงแรมของ ทางต่างประเทศ ต่างประสบปัญหาห้องพักล้นตลาด ต้องหันมากระตุนตลาดคนไทยมากขึ้น โดยเน้น การขายอาหาร เครื่องดื่ม ในส่วนของห้องอาหารและภัตตาคารของโรงแรม โดยการขายบริการใน ส่วนของการจัดเลี้ยง การประชุมและการสัมมนาซึ่งสามารถทำรายได้ให้แก่โรงแรมมากขึ้น

ยุคที่สี่การบริหารโรงแรมของไทย (พ.ศ. 2530-ปัจจุบัน) ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างจริงจังและต่อเนื่องของรัฐบาล ทำให้การท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา และจงใจให้มีการขยายการลงทุนในด้านโรงแรมเพิ่มมากขึ้น ในระยะต่อมาไม่ เฉพาะ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวหลักเท่านั้น แต่ยังมีธุรกิจขยายออกไปสู่ต่างจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยว และโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มี ห้องพักประมาณ 50-200 ห้อง แต่เน้นคุณภาพด้านการบริการในระดับ 3-5 ดาว เป็นจุดขายสำคัญ



4. ความสำคัญของธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยได้มากเป็นอันดับต้น ๆ ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นตัวแทนของประเทศในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยว สิ่งที่สำคัญในโรงแรมคือพนักงานซึ่งจะต้องดูแลอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรมและสร้างความพึงพอใจในการบริการแก่ลูกค้า โดยในปัจจุบันมีผู้ปฏิบัติงานในขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อช่วยให้การทำงานเกิดความสะดวก และคล่องตัวในการให้บริการแขกที่มาใช้บริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ความสำคัญของธุรกิจโรงแรมสามารถสรุปได้หลายด้านซึ่งประกอบด้วย (นงคันธ์ ศรีธนาอนันต์. 2548 : 155-166)

4.1 ความสำคัญทางเศรษฐกิจ

4.1.1 การสร้างงานและอาชีพให้แก่ชุมชนการค้าเงินธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยแรงงานจำนวนมากในขั้นการจัดเตรียมและการให้บริการ เพราะข้อจำกัดที่ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยเครื่องจักรในระหว่างการผลิตหรือให้บริการโดยทั่วไปจำนวนพนักงานที่เหมาะสมต่องานบริการโรงแรมอาจประมาณได้จากจำนวนห้องพักของโรงแรมนั้น

4.1.2 การนำรายได้เข้าสู่ประเทศและสร้างรายได้หมุนเวียนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

4.1.3 การเกิดแหล่งรับป้อนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ธุรกิจโรงแรมมีลักษณะต้องอาศัยการลงทุนสูงโดยเฉพาะในด้านอาคารสถานที่ การตกแต่ง เครื่องใช้ อุปกรณ์ และวัตถุดิบในการดำเนินงาน จึงนับได้ว่าโรงแรมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมการผลิตสินค้าอื่น ๆ เช่น ผลผลิตทางการเกษตรในการประกอบอาหาร ไม้ประดับ เครื่องเรือน เครื่องใช้ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งสถานที่ เครื่องดื่ม ผ้า วัสดุอุปกรณ์ ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวในธุรกิจหลายด้าน

4.1.4 การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวและส่งเสริมการลงทุนในภูมิภาคธุรกิจโรงแรม จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในการอำนวยความสะดวกด้านที่พักและบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทาง ทำให้การเดินทางเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย

4.2 ความสำคัญทางสังคม

4.2.1 ช่วยยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น การพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างโรงแรมต้องอาศัยระบบการสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ การสร้างโรงแรมจึงมีส่วนช่วยนำความเจริญและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะในชนบทและยังมีความสะดวกสบายแก่ชุมชน เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา การสื่อสารคมนาคม

4.2.2 ทำให้เกิดแหล่งบันเทิงของชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในปัจจุบันเนื่องจากพฤติกรรมทางสังคมของผู้คนหลายอย่างได้เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านและกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อน คลายความเคร่งเครียดจากกิจวัตรประจำวันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของคนทำงานและครอบครัว

4.2.3 ทำให้เกิดแหล่งพบปะสังสรรค์ และศูนย์รวมกิจกรรมทางสังคมปัจจุบันกิจกรรมการชุมนุมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนเมืองนิยมจัดขึ้นในโรงแรมเนื่องจากเจ้าภาพงานสามารถได้รับความสะดวกสบายจากการขยายบริการที่ครบครัน



4.2.4 ทำให้เกิดแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล โรงแรมอาจใช้เป็นสถานที่จัดแสดงงานนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้

4.2.5 ช่วยทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมประเพณีของชาติ การแสดงออกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ได้กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ฝ่ายบริหารโรงแรมชั้นนำภายในประเทศใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างจากโรงแรมชั้นนำอื่น ๆ

4.2.6 ช่วยสร้างชื่อเสียงประเทศให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โรงแรมสามารถนำชื่อเสียงมาสู่ท้องถิ่นและประเทศ หากประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

5. ประเภทของธุรกิจโรงแรม

การจำแนกประเภทของโรงแรมนั้นมีหลายเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการจำแนก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2550 : 80-83) ซึ่งสามารถสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

5.1 การจำแนกประเภทตามสถานที่ตั้ง

5.1.1 โรงแรมในเมืองเล็ก (Small City Hotels) เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่เมืองเล็กๆ บริเวณชุมทางหรือใกล้สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ย่านธุรกิจการค้าเป็นที่พักของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และผู้ที่เดินทางผ่านเมือง บริการที่ก่อให้เกิดรายได้หลักของโรงแรมคือบริการอาหารและเครื่องดื่ม

5.1.2 โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large City Hotels) เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่เมืองใหญ่ที่มีประชากรหนาแน่นและเป็นศูนย์กลางของธุรกิจทุกประเภท เช่น ศูนย์การค้า การเงิน การท่องเที่ยว การคมนาคม ทำให้มีผู้เดินทางเข้ามาจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้ความต้องการด้านที่พักเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงรูปแบบการบริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่นี้ มักมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของโรงแรมแต่ละแห่ง

5.1.3 โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotels) เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในสถานที่พักตากอากาศตามเนินเขาและชายหาด เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่หยุดงานไปพักผ่อน โดยอาจจัดให้มีกิจกรรมการบริการอื่น ๆ ไว้สำหรับผู้เข้าพัก

5.1.4 โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotels) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ตามท่าอากาศยาน ซึ่งหากเป็นท่าอากาศยานขนาดใหญ่แล้ว มักอยู่ห่างจากตัวเมือง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดที่พักไว้สำหรับอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เป็นบรรดาผู้โดยสารของสายการบินต่าง ๆ ที่มาพักระหว่างเดินทางเพื่อรอเที่ยวบินที่ช้ากว่ากำหนดหรือไม่สามารถเดินทางได้ตามตารางการบินของสายการบิน

5.1.5 โมเต็ล คำนี้เกิดจากการรวมคำว่า Motor และ Hotel เข้าด้วยกัน โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ตามทางหลวงระหว่างจังหวัด เพื่อให้บริการแก่ผู้เดินทางหรือลูกค้าที่เดินทางโดยรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่พร้อมจะจอดแวะพักระหว่างทาง โดยมากจะพักค้างคืนเพียงคืนเดียว

5.2 การจำแนกประเภทตามจำนวนห้อง

5.2.1 โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องต่ำกว่า 30 ห้อง

5.2.2 โรงแรมขนาดกลาง เป็นโรงแรมที่มีห้องมากกว่า 30 ห้อง แต่ไม่เกิน 100 ห้อง

5.2.3 โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป



5.3 การจำแนกประเภทตามระยะเวลาการพักของลูกค้าผู้เข้าพัก

5.3.1 โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotels) หมายถึง โรงแรมที่ลูกค้าเดินทางเข้ามาพักในระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อทำธุรกิจการค้าหรือเพื่อพักผ่อน ซึ่งอาจพักเพียงหนึ่งคืนหรือไม่เกินหนึ่งถึงสองสัปดาห์

5.3.2 โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotels) หมายถึง โรงแรมที่ลูกค้าเข้ามาพักมากกว่าหนึ่งเดือน โดยคิดค่าเช่าเป็นรายเดือน โรงแรมประเภทนี้มีห้องพักจัดห้องเป็นห้องชุดและมีบริการอาหารเช้าพร้อม หรือบริการซักล้างสำหรับลูกค้า

5.4 การจำแนกประเภทตามระดับมาตรฐานของโรงแรม

5.4.1 ระดับมาตรฐานของโรงแรมในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา

โรงแรมในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกามีการจัดลำดับที่พักแรมโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์มาตรฐานเป็นตัวกำหนดระดับ เช่น ขนาดห้องพัก มาตรฐานการบริการ คุณภาพพนักงาน ราคา และใช้สัญลักษณ์แทนระดับต่าง ๆ สัญลักษณ์ที่นิยมใช้คือระบบดาว โดยมีการแบ่งโรงแรมตามราคาและความหรูหรา ดังนี้

5.4.1.1 โรงแรมชั้นประหยัด (Economy Class) ใช้สัญลักษณ์ 1 ดาว เป็นโรงแรมที่คิดค่าบริการระดับราคาถูก ภายในห้องพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้และเครื่องอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น บริการอื่น ๆ มีน้อยมาก อาคารมักจะมีอายุยาวนาน ทำให้สภาพภายนอกเก่า มีการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างต่ำ พนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และความชำนาญในการทำงาน จำนวนห้องพักต่อพนักงาน เฉลี่ยจำนวนห้องพัก 1 ห้อง ต่อพนักงาน 0.5 คน

5.4.1.2 โรงแรมชั้นสาม (Third Class) ใช้สัญลักษณ์ 2 ดาว เป็นโรงแรมระดับประหยัดคิดค่าบริการระดับปานกลาง ภายในห้องพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้และเครื่องอำนวยความสะดวกจำกัด บริการอื่น ๆ มีน้อย ไม่มีห้องชุด ห้องอาหารและห้องโถงเล็ก ภายในโรงแรมมีความสะอาดพอสมควร มีการใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการทำงานบ้าง จำนวนห้องพักต่อพนักงานเฉลี่ย จำนวนห้องพัก 1 ห้อง ต่อพนักงาน 1 คน

5.4.1.3 โรงแรมชั้นสอง (Second Class) หรือโรงแรมนักท่องเที่ยว ใช้สัญลักษณ์ 3 ดาว เป็นโรงแรมที่มีการบริการระดับปานกลาง ห้องอาหารและห้องโถงเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างจำกัด มีการใช้เทคโนโลยีในการบริการบ้าง พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการทำงานระดับปานกลาง จำนวนห้องพักต่อพนักงานเฉลี่ย จำนวนห้องพัก 1 ห้อง ต่อพนักงาน 1.2 คน

5.4.1.4 โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class) ใช้สัญลักษณ์ 4 ดาว เป็นโรงแรมที่มีห้องพักและการตกแต่งภายในได้ระดับมาตรฐาน มีห้องชุดจำนวนไม่มาก ห้องพักและห้องโถงมีขนาดเล็กกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนการบริการต่างๆและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย พนักงานได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และความชำนาญในการทำงานสูง จำนวนห้องพักต่อพนักงานเฉลี่ย จำนวนห้องพัก 1 ห้อง ต่อพนักงาน 1.4 คน

5.4.1.5 โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe) ใช้สัญลักษณ์ 5 ดาว เป็นโรงแรมระดับสูงสุด มีการให้บริการที่ดียเยี่ยม จัดตกแต่งห้องพักด้วยความหรูหราสวยงาม อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกมีคุณภาพและรสนิยมนดี มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง พนักงานมีจำนวนมาก และมีความชำนาญในการทำงานสูง เฉลี่ยจำนวนห้องพัก 1 ห้อง ต่อพนักงาน 2.3 คน



5.4.2 ระดับมาตรฐานของโรงแรมในประเทศไทย ในประเทศไทยมีการจัดมาตรฐานโรงแรม เพื่อเป็นการยกระดับและส่งเสริมมาตรฐานการบริการด้านที่พักให้ได้มาตรฐานทัดเทียมกับโรงแรมชั้นนำของต่างประเทศ สร้างการยอมรับและความเชื่อถือให้กับทั้งผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจโรงแรม ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้โรงแรมที่ให้บริการได้ตรงกับความต้องการของตนโดยจำแนกได้ ดังนี้ (มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. 2555 : เว็บไซต์)

5.4.2.1 มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว มีความสะอาดและความปลอดภัยที่โรงแรมทุกระดับให้ความสำคัญ โดยโรงแรมเน้นการมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป ห้องพักมีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร เติงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถึงขยะ โต๊ะ เก้าอี้ ภายในห้องน้ำมีผ้าเช็ดตัวและกระดาษชำระไว้บริการ

5.4.2.2 มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปไว้บริการ ห้องพักมีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมวใช้คล้องประตู เติงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถึงขยะ โต๊ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และโทรศัพท์ติดต่อกภายใน ห้องน้ำเป็นแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัว และกระดาษชำระ เป็นต้น

5.4.2.3 มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับปานกลาง ห้องพักมีขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร มีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล มีตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อน-น้ำเย็น สบู่หมวกอาบน้ำ แก้ว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถูใส่ผ้าอนามัย และบริการเสริมอื่น ๆ เช่น รুমเซอร์วิส คอฟฟี่ช็อป ห้องประชุมและอุปกรณ์ที่จำเป็น ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำคนพิการ เป็นต้น

5.4.2.4 มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงาม มีการบริการและ สิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น ห้องพักมาตรฐานซึ่งกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุต มีโทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป และมีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่อง รายการ มีตู้เย็นมินิบาร์ กาต้มน้ำร้อน ชา กาแฟ ชุดขัดรองเท้า ถูซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทรทางไกลหรือต่างประเทศได้โดยตรง ในห้องน้ำของโรงแรมมีเครื่องใช้ครบถ้วน อุปกรณ์ในห้องน้ำที่เพิ่มเติมจากระดับ 3 ดาว คือ ครีมอาบน้ำแชมพู ผ้าเช็ดมือ ไม้ปัดผม ปลั๊กไฟ ที่สำหรับใช้โกนหนวด มีห้องชุดให้บริการ 2 แบบ นอกจากนั้นยังมีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิด ห้อง อบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ ห้องประชุมใหญ่และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

5.4.2.5 มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อม และมีการบริการที่ประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานมีขนาดกว้างกว่า 30 ตารางเมตร พร้อมเตียงสะอาดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต มีโทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป มีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่อง รายการ มีตู้เย็นมินิบาร์ และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน มีห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์สะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน มีเครื่องชั่งน้ำหนัก และโทรศัพท์พวงอยู่ภายใน นอกจากนั้นยังมีห้องชุดให้เลือกใช้บริการ 3 แบบ มีห้องอาหารซึ่งให้บริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ อีกทั้งห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำ



ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมบริการห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

6. ลักษณะงานของโรงแรม

การบริหารงานของโรงแรมจะมีลักษณะที่แตกต่างจากการบริการประเภทอื่นๆ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538 : 121)

6.1 โรงแรมเป็นสถานที่ให้บริการเป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Fixed Location) ลูกค้าต้องมาใช้บริการของโรงแรมด้วยตนเอง เพราะโรงแรมไม่สามารถติดตามไปให้บริการแก่ลูกค้าตามที่ต่าง ๆ ได้ยกเว้น การให้บริการบางอย่าง เช่น การจัดเลี้ยงนอกสถานที่ เป็นต้น

6.2 การให้บริการต่างๆ จะให้บริการ ณ สถานที่ที่โรงแรมตั้งอยู่

6.3 โรงแรมเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถเก็บบริการต่างๆ เอาไว้ให้แก่ลูกค้าได้ เพราะงานบริการขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของเวลา และงานบริการถือเป็นสิ่งที่เสียหายง่าย

6.4 โรงแรมเป็นงานที่เน้นให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นบุคลากรจึงถือได้ว่ามีความสำคัญและจำเป็นต่อโรงแรมเป็นอย่างมาก เพราะโรงแรมใช้แรงงานจากบุคลากรเป็นหลักมิได้ใช้แรงงานจากเครื่องจักรหรือเครื่องทุ่นแรง

6.5 โรงแรมเป็นสถานที่ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ทุกคนมีสิทธิ์เข้ามาใช้บริการต่างๆ จากโรงแรมได้

6.6 ลักษณะการให้บริการของโรงแรมเป็นลักษณะเฉพาะตัว คือ การให้บริการลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจได้รับความพึงพอใจแตกต่างกัน

6.7 บริการต่าง ๆ จะเป็นการบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานซึ่งหากโรงแรมใดให้บริการไม่ได้มาตรฐานก็จะส่งผลกระทบต่อโรงแรมนั้นๆ

6.8 โรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะต้องเลือกสรร เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่ลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต้องทันสมัยเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

6.9 โรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสถานบันเทิง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้โรงแรมประสบความสำเร็จ

6.10 โรงแรมจะคอยดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่ว่าจะมีความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน ซึ่งโรงแรมจะมีพนักงานรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้าตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

6.11 โรงแรมเป็นสถานที่ให้บริการแก่ลูกค้าที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุด

6.12 โรงแรมจะเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นอันดับแรก คือการให้ความสำคัญแก่ลูกค้ามากที่สุด ลูกค้าจะได้รับการต้อนรับอย่างสมเกียรติ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

7. รูปแบบโครงสร้างของธุรกิจโรงแรม

ในการดำเนินการจัดรูปแบบของธุรกิจโรงแรมมีโครงสร้างที่เข้าใจได้ชัดเจนอาจจัดได้เป็น 2 แบบ คือ (นงคันทุช ศรีธนาอนันต์. 2548 : 65-67)

แบบที่ 1 โครงสร้างโรงแรมแบบจัดตามหน้าที่ปฏิบัติงาน (Functions) โดยรวมกิจการหรืองานในหน้าที่ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน หรือจัดขึ้นเป็นแผนกหนึ่ง การแบ่งแผนกนี้อาจพิจารณาจากพื้นที่ปฏิบัติการเพื่อให้สะดวกต่อการควบคุมงาน โดยในแต่ละแผนก



จะมีความชำนาญเฉพาะด้านและมีผู้จัดการดูแลควบคุมการปฏิบัติงาน ตลอดจนประสานงานกับแผนกอื่นที่เกี่ยวข้อง และรายงานต่อผู้บริหารสูงสุด หรือรายงานต่อที่ประชุมคณะผู้บริหารระดับสูง ปัจจุบันกิจการโรงแรมขนาดใหญ่หลายแห่งได้ให้ความสำคัญต่อการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการของตลาดเป้าหมาย จึงได้มีการนำแนวคิดทางการตลาดมาจัดรูปแบบผังโรงแรมใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการมุ่งประสานกิจกรรมทุกส่วนเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าหรือแขกผู้ใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยหวังผลตอบแทนทางธุรกิจ คือ รายได้และการกลับมาซื้อซ้ำ การปรับแผนโรงแรมใหม่นี้จะแสดงความสำคัญของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้นำธุรกิจมาให้โรงแรม และให้ความสำคัญต่อบทบาทของพนักงานระดับปฏิบัติการ ซึ่งเป็นผู้นำที่จะได้พบปะใกล้ชิดกับแขกผู้ให้บริการมากที่สุด ในขณะที่ปฏิบัติงาน ซึ่งเปลี่ยนให้ผู้บริหารระดับสูงอยู่ด้านล่าง เพราะมีโอกาสหรือมีส่วนในการได้พบปะกับแขกผู้ให้บริการจริงน้อย

แบบที่ 2 โครงสร้างการจัดแบบตามแบบมาตรฐานระบบบัญชี (Uniform and Standard System of Accounts) ซึ่งในหลายประเทศนิยมนำมาปฏิบัติใช้ โดยแบ่งกว้าง ๆ เป็น 2 ฝ่าย ดังนี้

1. ฝ่ายปฏิบัติงานบริการ (Operated Departments) ประกอบด้วยกิจกรรมที่สร้างรายได้ (Revenue – earning) ให้แก่โรงแรม ได้แก่ ส่วนรายได้หลัก เช่น งานด้านห้องพัก และงานอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนรายได้รอง ได้แก่ โทรศัพท์ ซักรีด ค่าเช่าร้านค้า ศูนย์ธุรกิจ ศูนย์สุขภาพ และบริการอื่นๆ

2. ฝ่ายดำเนินการสนับสนุนงานบริการ (Support Service Department) ประกอบด้วยงานที่ไม่ได้นำมาซึ่งรายได้โดยตรง มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนงานบริการลูกค้า แต่นับเป็นส่วนที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ (Undistributed Overhead) ได้แก่ งานด้านบริหารและสำนักงานทั่วไปด้านการตลาด งานซ่อมบำรุงรักษาทรัพย์สินและอาคารสถานที่ เป็นต้น การทำความเข้าใจโครงสร้างงานโรงแรม โดยคำนึงถึงกิจกรรมทั้งส่วนที่สร้างรายได้ และค่าใช้จ่าย สามารถให้ประโยชน์ต่อผู้บริหารโรงแรมในด้านการควบคุมการปฏิบัติงาน ทั้งส่วนที่รับผิดชอบต่อการสร้างรายได้ ทำกำไร และส่วนที่รับผิดชอบต่อต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและกำไรสูงสุดในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อโรงแรมต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความอ่อนไหว หรือมีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันสูงในตลาดผู้บริหารจึงจำเป็นต้องอาศัยความยืดหยุ่นในเชิงการบริหารซึ่งอาจรวมไปถึงการปรับวิธีการพิจารณาใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อกิจการ เพื่อความอยู่รอดและความมั่นคงขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

8. ปัญหาในการบริหารธุรกิจโรงแรม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2544 : 205 – 213) ปัญหาเกี่ยวกับระบบเป้าหมายและค่านิยม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

8.1 ปัญหากำหนดขอบเขตการตลาดของโรงแรม ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โรงแรมจึงต้องวางแผนกำหนดเป้าหมายเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศ การตลาดจึงเป็นกระบวนการวางแผนตามแนวคิดการโรงแรม โดยพิจารณาในเรื่องอัตราค่าห้องพัก และจะได้ผู้รับบริการมาอย่างไร รวมถึงสิ่งต่างๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลและองค์กรอื่น ๆ ก่อนจะสร้างโรงแรมสิ่งสำคัญอันดับแรกคือการศึกษาความเป็นไปได้ของการตลาด เป้าหมายการตลาดของอุตสาหกรรมที่พักอาศัยคือแขก ทุกคนไม่ว่าผู้มาพักหรือผู้มาใช้บริการอื่น ๆ แนวทางการกำหนดตลาดทำได้หลาย ๆ แนวทาง โดยผู้ประกอบกิจการ



โรงแรมอาจจะพิจารณา จากส่วนประกอบต่าง ๆ ว่าจะเน้นหนักส่วนใด หรืออาจมีหลาย ๆ ส่วนประกอบ ดังนี้

8.1.1 ผลិតภัณฑ์ โรงแรมชั้นหนึ่งมักจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อม การมีสนามกีฬา ห้องอบไอน้ำ ศูนย์กีฬาในร่มเป็นต้น หรือการมีอาหารที่ยอดเยี่ยม รสเลิศ มีห้องอาหารที่มีวิว ทิวทัศน์ที่ดี เพื่อสนองตอบต่อแขกที่ต้องการบริการและความรื่นรมย์เป็นพิเศษ

8.1.2 บุคลากร มีการเน้นความพิเศษของพนักงาน เช่น มีพ่อครัวฝีมือเยี่ยม มีพนักงานต้อนรับที่มีความสามารถสร้างความสุขและความทรงจำที่ดีให้แก่ลูกค้า

8.1.3 กิจกรรมชุด คือการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์มากกว่า 1 อย่าง ต่อการจ่ายเงินครั้งเดียว และมีราคาเดียว เช่น โครงการกิจกรรมวันหยุดที่พัก 2 คืน แลรม 1 คืน หรือ มีบริการอาหารบริการรถยนต์ท่องเที่ยว หรือบัตรชมแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม เป็นต้น

8.1.4 โครงการต่างๆ โรงแรมอาจจะจัดกิจกรรม สถานการณ์ หรือฝึกอบรมเพื่อให้กลุ่มต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ เช่น การสอนภาษาต่างประเทศ เป็นต้น

8.1.5 สถานที่ โรงแรมที่มีสถานที่ตั้งเหมาะสมจะดึงดูดผู้เข้าพักได้มาก โรงแรมที่ตั้งใกล้สถานที่ที่ลูกค้าจะต้องติดต่อหรือต้องการ เช่น ติดชายหาดที่สามารถเดินลงไปได้

8.1.6 หุ้นส่วน โรงแรมบางแห่งที่มีการร่วมมือกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น ธนาคารที่ใช้บริการบัตรเครดิต การสร้างเครือข่ายกับโรงแรมและสายการบิน เป็นต้น

8.1.7 โรงแรมบางแห่งจะให้ความสำคัญกับราคาโดยใช้ร่วมกับสถานที่ตั้งในการดำเนินการตลาด โรงแรมที่ราคาไม่แพงแต่สะอาดและมีความสะดวกสบายพอควรแต่อยู่ในเส้นทางเดินทางจะดึงดูดผู้ใช้บริการได้เช่นกัน

8.1.8 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมที่นอกเหนือกิจกรรมอื่น ๆ ที่กล่าวไปแล้ว เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจของแขก เช่น การลดราคา การจัดนิทรรศการ

8.2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการก่อตั้งโรงแรม การลงทุนก่อสร้างโรงแรมอาจมีเหตุผลหลายประการ แต่โดยทั่ว ๆ ไป การสร้างโรงแรมจะทำเพื่อเหตุผลทางการเงิน หรือสร้างกำไร หรือเพิ่มคุณค่าทรัพย์สิน นอกจากนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ ในการสร้างโรงแรม เช่น เพื่อสร้างความพึงพอใจ

8.3 พนักงานไม่ทำตามเป้าหมายของกิจการโรงแรม การประกอบธุรกิจโรงแรมจะต้องมีการกำหนดเป้าหมาย ค่านิยม และปรัชญาของโรงแรม ผู้บริหารควรหาโอกาสพูดคุยกับพนักงานทุกคนให้เข้าถึงนโยบายของโรงแรม โรงแรมหลายแห่งจะกำหนดปรัชญา เป้าหมาย และนโยบาย โครงการระดมความคิดจากพนักงาน หรือกลุ่มผู้บริหาร แล้วประกาศให้พนักงานทุกคนทราบ เช่น นโยบายการรักษาสภาพแวดล้อม การสร้างบริการให้แขกพอใจ การเป็นโรงแรมยอดเยี่ยมในด้านอาหาร การเป็นโรงแรมที่ไม่มีการร้องเรียนจากแขก เป็นต้น เมื่อพนักงานรับรู้และยอมรับปรัชญา เป้าหมาย นโยบายต่าง ๆ แล้ว การปฏิบัติงานของพนักงานก็จะมุ่งไปสู่สิ่งนั้น เป้าหมายของพนักงานและเป้าหมายของโรงแรมก็就会有ความสอดคล้องกัน



8.4 พนักงานเปื่องาน แม้จะได้รับค่าตอบแทนสูงจะมีวิธีการสร้างความกระตือรือร้นได้อย่างไร การขาดความกระตือรือร้นบางส่วนเกิดจากความไม่สมดุลของบางสิ่ง เช่น พนักงานบางคนเมื่อทำงานในตำแหน่งเดิมมานานๆ จะขาดความกระตือรือร้นเพราะไม่มีแรงจูงใจที่จะก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ

1. ความหมายของการบริการที่เป็นเลิศ

การบริการทั้งภาครัฐและเอกชน ได้มีการปรับปรุงขึ้นมากในขณะนี้ เพราะผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลจะให้ความสำคัญกับการบริการ โดยมุ่งถึงผู้รับบริการเป็นหลักการแข่งขันในธุรกิจก็จะเน้นที่บริการ เพราะการบริการที่เป็นเลิศนั้นจะให้ผลทั้งในระยะสั้นยังผลประโยชน์ในระยะยาว และในยุคโลกาภิวัตน์และธุรกิจไร้พรมแดน ธุรกิจที่มีคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศเท่านั้นที่จะอยู่ได้และเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง การแข่งขันในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (สมิต สัจฉกร. 2554 : 3) และมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศไว้ดังนี้

दनัย เทียนพุ่ม (2545 : 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและสามารถตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548 : 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกโรงแรม เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ และช่วยแก้ไขปัญหาคู่ที่ผู้รับบริการนั้นประสบอยู่

กิ่งพร ทองใบ (2549 : 252) ได้ให้ความหมายว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การให้บริการแบบทั่วถึง มีไหวพริบ เพื่อความเอื้อมยอดทางด้านคุณภาพของการให้บริการ

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคกุล (2549 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การบริการให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความประทับใจ เกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจอันจะส่งผลต่อกิจการในรูปของตัวเงิน มูลค่าหุ้น ผลกำไรและทางจิตใจ ในความทรงจำของลูกค้า

ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง ความเพลินใจที่ได้ให้ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าต้องการเล็กน้อย ผู้ให้บริการที่เป็นเลิศต้องบริการด้วยพลังและความกระตือรือร้น (กิตติยา คำสาสดี. 2552 : 19)

Albrecht (1988 : 64) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศในการบริการ หมายถึงการบริการคุณภาพโดยผ่านกระบวนการจัดการด้านกลยุทธ์ระบบและคนเพื่อสนองความต้องการรวมถึงความคาดหวังของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่ทั้งภายในและภายนอก

Finch (2551 : 251) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การบริการ ในสถานการณ์ชนะ ชนะ และชนะ (Win - Win - Win) เท่านั้น ลูกค้าชนะเพราะได้รับการเอาใจใส่ และได้รับคุณภาพ ผู้ให้บริการชนะเพราะได้รับความพึงพอใจของลูกค้าและพอใจที่งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี กิจการชนะเพราะ คุณภาพของการบริการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก



น้ำเพชร อยู่สกุล (2553 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึงกระบวนการนำเสนอรรถประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการโดยผู้ให้บริการจะเป็นผู้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

ศุภางค์ นันตา (2555 : 11) การบริการเป็นเลิศ หมายถึง การสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการและให้มีความคุ้มค่าคุ้มราคาเหนือกว่าคู่แข่งชั้นการสร้างบริการเกินความคาดหมายโดยอาศัยทักษะประสบการณ์การปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอยากกลับมาใช้บริการอีก

การบริการที่เป็นเลิศ (2556 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศ หมายถึง การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ เป็นหัวใจหลักของการทำงาน

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2556 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการที่เป็นเลิศหมายถึง การบริการที่ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจอย่างสูงสุด และจะนำมาซึ่งความชื่นชมต่อองค์กร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของ การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพ ในลักษณะเป็นกระบวนการอำนวยความสะดวกให้ผู้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความ พึงพอใจ ประทับใจ และเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ

2. ความสำคัญของการบริการที่เป็นเลิศ

การบริการถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและการตอบสนองทางจิตใจของมนุษย์แม้เพียงรอยยิ้มจากแม่ค้าในตลาดเท่านั้นก็อาจจะสามารถดึงดูดผู้สนใจเดินผ่านไปมาให้เป็นลูกค้าได้ดังนั้นการบริการด้วยไมตรีจึงเป็นเสมือนโชตรวมมัดใจลูกค้าไม่ให้หนีไปเป็นลูกค้าของคู่แข่งชั้นในปัจจุบันการบริการได้เข้ามาอยู่รอบตัวมนุษย์ทุกคนตั้งแต่เช้าจนถึงเข้านอนและการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากกับทุกธุรกิจจนกล่าวได้ว่าการบริการเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นเองการบริการที่ดีนอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้วยังจะเพิ่มประโยชน์ให้กับลูกค้าด้วยซึ่งธุรกิจในปัจจุบันไม่ได้มีการแข่งขันเฉพาะสินค้าเพียงอย่างเดียวการบริการก็เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจนอกจากนี้ การบริการที่เป็นเลิศยังช่วยมัดใจลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2550 : 16-17)

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดของทุก ๆ สินค้ามีสูงมาก และนับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเลือกสินค้า หรือบริการมากขึ้นและพร้อมจะเลือกเฉพาะสิ่งที่ทำให้ความพอใจสูงสุดเท่านั้น ผู้ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าเขาเป็นคนสำคัญเป็นที่ยอมรับนับถือและคุ้มค่ากับเวลาและเงินที่ใช้ไปจนเกิดความประทับใจและพอใจที่จะกลับมาเป็นลูกค้าอีกอย่างสม่ำเสมอ (Regular Customer) ย่อมเป็นผู้กุมหัวใจของลูกค้า ให้พัฒนาไปเป็นลูกค้าตลอดกาล (Life Time Customer) และเป็นผู้นำในตลาดอย่างแน่นอน ตรงกันข้าม หากลูกค้าไม่พอใจสินค้าหรือการ แสดงออกของพนักงานแล้วก็จะบอกต่อ ๆ กันไป และเกิดผลร้ายต่อโรงแรมในด้านการสูญเสียลูกค้าไป เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันได้มากมายหลายแหล่ง วิธีการที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะเป็นลูกค้าของโรงแรมก็คือ ต้องทำให้โรงแรมมีความโดดเด่น แตกต่าง (Differentiate) จากคู่แข่งชั้น เมื่อมีสินค้าที่เหมือน ๆ กัน สิ่งที่จะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งคือการบริการที่เหนือชั้นกว่า (กิตติยา คำสาสดี. 2552 : 20-22) ดังนั้นจึงสามารถแบ่งความสำคัญของการบริการที่เป็นเลิศออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้



2.1 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลาทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นช่วยจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จ ล่วงไป เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข กล่าวคือ

2.1.1 ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นขณะนี้มียู่มากมายในรูปแบบของการจัดการการบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของบริการแต่ละประเภทและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

2.1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการก็เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการบริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งการให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบายและสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

2.2 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว มาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

2.2.1.1 ช่วยเพิ่มกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่เป็นเลิศ จะเป็นตัวสร้างผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ซึ่งก็คือผลกำไรที่ตามมานั่นเอง

2.2.1.2 ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจการดำเนินธุรกิจแทบทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าจะบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่ก็ตาม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ และการสนองบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ซื้อ หรือ ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าตัดสินใจและพูดกันต่อ ๆ ไปในกลุ่มลูกค้า (Words of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ ธุรกิจใดที่คำนึงถึงความสำคัญของการบริการ และส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อจะมีบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการอื่น ๆ



การตกลงใจซื้อขายจะกระทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าจะมีการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเลรวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้ด้วย

2.2.1.4 ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานพบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การให้บริการที่เป็นเลิศ ย่อมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้นนาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูง และสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพึงพอใจ ไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกัน หากธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดีทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนาน ๆ หรือในทำนองเดียวกัน พนักงานมีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบผลสำเร็จ

2.2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวทางอุตสาหกรรมบริการ ในช่วงที่ผ่านมามีทำให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลากหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการต่าง ๆ มากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

2.2.2.1 ช่วยให้มีอาชีพ และรายได้ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำให้มีรายได้ที่ดีพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการ และความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขายโดยทั่วไปลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าต่าง ๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการ จะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่าง ๆ มากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรี ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างจริงจังจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

การบริการที่เป็นเลิศมีความสำคัญ ดังนี้ (การบริการที่เป็นเลิศ. 2556 ค : เว็บไซต์)

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัท
2. เพื่อสร้างตลาดภายในที่แข็งแกร่ง
3. เพื่อเพิ่มบทบาทการบริการให้กับพนักงานทุกส่วนงาน : ทุกคนมีบทบาทเป็น

Front Line



4. เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือจากผู้รับบริการ
5. เพื่อสร้างความประทับใจ จากคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ
 - 5.1 การสร้างประสบการณ์ทางบวกจากการให้บริการ
 - 5.2 การทำความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่น และบริหารความคาดหวัง
3. คุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ

ความเป็นเลิศในการบริการ (Excellence Service) เป็นความผูกพันที่องค์กรมุ่งเน้น ที่การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) ซึ่งมาตรฐานการบริการและการวัดผล การดำเนินงานสามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ตามข้อกำหนดของ ISO 9000 เดมมิ่ง (Deming) ได้เสนอหลักการเพื่อวัดด้านคุณภาพการให้บริการในลักษณะที่เป็นองค์รวมของ แนวคิดความเป็นเลิศในการบริการโดยใช้กลยุทธ์บูรณาการระบบการบริหารจัดการซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กรซึ่งได้รวมผู้บริหารและพนักงานการปรับปรุงกระบวนการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริการที่เหนือความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (น้ำเพชร อยู่สกุล. 3 : 12 – 13)

จากการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน การได้มาซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นสิ่งทีทุกโรงแรมปรารถนา แต่จะให้ดีที่สุทธากโรงแรมนั้นสามารถได้ส่วนแบ่งในใจลูกค้ามาครอบครองโดยการให้บริการที่เป็นเลิศเป็นกลยุทธ์ในการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้เกิดแบรนด์แก่โรงแรมในระยะยาว โดยคุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศที่สำคัญสามารถสรุปได้โดยสังเขป ดังนี้คือ (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โสภากุล. 2549 : 48 – 114)

3.1 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database Management) เหตุผล ในการที่ต้องมีการจัดการข้อมูล (Customer Database Management) คือ เพื่อให้โรงแรม สามารถคิดและเสนอรูปแบบการบริการใหม่ ๆ ที่แตกต่างไม่เหมือนคนอื่นเพื่อให้ลูกค้าผูกพันกับโรงแรม และเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้ใช้บริการอยู่กับโรงแรมตลอดไป

3.1.1 การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) เป็นกิจกรรมการตลาดที่ทำต่อลูกค้าแต่ละบุคคล เพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดความสัมพันธ์และจะใช้บริการตลอดไป ซึ่งในการให้บริการลูกค้าขั้นตอนแรกก็คือ ต้องมีข้อมูลลูกค้า รู้ว่าลูกค้าคือใคร มีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างไร ลูกค้าต้องการอะไร อะไรที่ลูกค้าไม่ชอบ ใน จำนวนลูกค้าที่มีอยู่นั้นแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ได้กี่กลุ่ม อะไรบ้าง และกลุ่มไหนคือลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มไหน มิใช่เป้าหมาย

วิธีการทำการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ
 ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้ คือ ต้องรู้ว่าลูกค้าของโรงแรมคือใคร เป็น โรงแรมหรือเป็นบุคคลประเภทไหน ต้องการอะไร ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร เริ่มใช้บริการตั้งแต่เมื่อไร วิธีการใช้บริการเป็นอย่างไร เป็นเวลานานเท่าไร เสียค่าใช้จ่ายเท่าไร ซึ่งในค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าจ่ายให้นี้ ส่วนใหญ่โรงแรมจะใช้เป็นเกณฑ์สำคัญในการตัดสินใจว่าเป็นลูกค้ากลุ่มไหนของโรงแรม ต้องรู้จักลูกค้าให้ ได้ว่าเขาคือใคร มิใช่ทุกคนจะเป็นลูกค้าได้ทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 2 การสร้าง คือ เมื่อรู้จักลูกค้า เข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งแล้ว ก็นำข้อมูลเหล่านั้นมาคิดหาวิธีในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ สิ่งนี้เป็นโจทย์ที่โรงแรมต้องคิด ออกมาและพิจารณาหาสมดุว่าเหมาะสมหรือไม่ในการปฏิบัติ เพราะบางสิ่งเมื่อสร้างออกมาแล้วลูกค้า



ประทับใจแน่นอน แต่โรงแรมต้องลงทุนเยอะหรืออาจขาดทุน เข้าทำนองซึ่งข้างจับตักแตน อย่างนี้ก็ไม่เหมาะ เทคนิคที่ช่วยในการสร้างก็คือ การนำเอาข้อมูลสำคัญของลูกค้าส่วนมากที่คล้าย ๆ กัน โดยสังเกตพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามาเทียบกับความสามารถหรือจุดแข็งของโรงแรม แล้วสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้า

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิบัติ คือ เป็นการนำรูปแบบที่เสนอให้แก่ลูกค้านำไปปฏิบัติตามที่ได้สร้างไว้ ต้องเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นว่าชอบหรือไม่ชอบอย่างไร แล้วก็รับนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ทันที่ รวมทั้งนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างครั้งต่อ ๆ ไปด้วย ในขั้นตอนนี้หากมีตัวชี้วัด ที่แสดงให้เห็นเป็นรูปธรรม ก็จะช่วยให้โรงแรมมีทิศทางและเป้าหมายชัดเจนขึ้น เช่น กำหนดตัวชี้วัดว่า เปอร์เซ็นต์ที่ลูกค้าใช้บริการที่เสนอให้จากจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ได้รับข้อมูล รวมทั้งนำมาออกแบบวิธีติดตามผล (Tracking) เป็นระยะ ๆ ตลอดช่วงเวลาที่ได้นำไปปฏิบัติ หากพบว่าตัวชี้วัดไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ก็ต้องรีบปรับปรุงแก้ไขทันที

เมื่อดำเนินการตาม 3 ขั้นตอน คือ การเรียนรู้ การสร้าง การปฏิบัติ แล้วนั้นก็ทำให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น และก็รู้จักลูกค้ามากขึ้น เพื่อทำให้เกิดความผูกพันต่อกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดไป

3.1.2 โปรแกรมซอฟต์แวร์ (Program Software) เป็นเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน เช่น จัดเก็บข้อมูลลูกค้า การค้นหาข้อมูลลูกค้า การแสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามของลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการให้โดนใจลูกค้าในแต่ละบุคคลใช้บริหารระบบงานโดยรวม สามารถแสดงถึงขั้นตอนต่าง ๆ ว่าจุดใดให้บริการเร็ว/ช้า จุดใดใช้คนมาก/น้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนเป็นเท่าใด รายได้ที่เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและง่ายในการบริการจัดการสามารถใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ทันที

3.2 การออกแบบบริการ (Service Design) เป็นการนำเอาข้อมูลของลูกค้าที่สำคัญมาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องตามความต้องการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการคือ มาตรฐานบริการ (Service Standard) ที่โรงแรมจะใช้เป็นมาตรฐานในการให้พนักงานปฏิบัติตาม โดยประกอบไปด้วย

3.2.1 การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experiential Management : CEM) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการค้นหาความคาดหวังของลูกค้าเพื่อนำมาออกแบบประสบการณ์และจัดทำเป็นมาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน ในการสร้างงานบริการให้แก่ลูกค้า จำเป็นต้องให้มีความโดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง ให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ (Experiential) ในงานบริการจนเกิดความผูกพันโดยในการแข่งขันทางธุรกิจในอนาคต ธุรกิจบริการที่มีรูปแบบการให้บริการในลักษณะทั่ว ๆ ไป เป็นเหมือนสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) มีอัตราการแข่งขันสูงซึ่งทำให้อัตราการอยู่รอดทางธุรกิจน้อยลง ผู้ที่สามารถสร้างความแตกต่างได้ มีการออกแบบการให้บริการอย่างสร้างสรรค์ สร้างให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในบริการ และแบรนด์จะต้องตราตรึงในใจของลูกค้าตลอดเวลา โดยพื้นฐานของธุรกิจบริการทุกแห่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากการให้ความเอาใจใส่ลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเริ่มมาใช้บริการและใช้บริการซ้ำ ๆ จนถึงการทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าการบริการเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของเขา นี่คือ เป้าหมายสุดท้ายของธุรกิจบริการโดยมีหลักการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า ดังนี้



3.2.1.1 การร่างประสบการณ์ลูกค้า คือ การที่โรงแรมกำหนดว่าวงจรการให้บริการของโรงแรมมีจุดให้บริการหลัก ๆ ที่ลูกค้าจะเข้าไปพบและได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดใดบ้าง

3.2.1.2 การกำหนดความคาดหวังของลูกค้า คือการพิจารณาว่าจุดให้บริการที่ได้กำหนดมาในการร่างประสบการณ์ลูกค้า นั้น สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังคืออะไรบ้าง ซึ่งความคาดหวังที่ซ่อนเร้นอยู่ในจิตใจของลูกค้า นั้น หากโรงแรมสามารถค้นพบจะสามารถสร้างให้ลูกค้ารู้สึกตราตรึงใจในบริการ ครั้งใดที่พูดถึงเรื่องบริการก็จะนึกถึงโรงแรมเป็นรายแรกและรายเดียว เช่น ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ความสุภาพ ความเข้าใจในปัญหาที่แจ้งและได้รับการแก้ไข เป็นต้น ซึ่งโรงแรมสามารถพิจารณาความคาดหวังนี้ได้หลายวิธี

3.2.1.3 การจัดทำมาตรฐานการทำงาน เพื่อส่งประสบการณ์ลูกค้า คือ การนำเอาความคาดหวังของลูกค้าที่ได้จากการกำหนดความคาดหวังของลูกค้า นำมาคิดต่อไปว่า โรงแรมและพนักงานจะต้องทำอะไรและอย่างไรในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสนองความคาดหวังของลูกค้า เปรียบเสมือนการรู้ใจก่อนที่จะตอบลูกค้า เมื่อรู้ใจแล้วว่าลูกค้าต้องการอะไร คาดหวังอะไร การให้บริการในแต่ละครั้งในลูกค้าแต่ละรายก็จะถูกใจลูกค้าทุกครั้งไป มิใช่เป็นการให้บริการแบบทำไปวัน ๆ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปวัน ๆ

3.2.2 มาตรฐานบริการ (Service Standard) เป็นปัจจัยที่ช่วยให้การนำมาตรฐานบริการไปปฏิบัติได้ตรงตามมาตรฐานที่วางไว้ คือ การที่มีพนักงานบริการที่มีคุณสมบัติและพร้อมให้บริการด้วยใจ โรงแรมสามารถเลือกพนักงานกลุ่มนี้ได้ด้วยการคัดเลือกพนักงาน (Recruitment) มีคุณสมบัติดังกล่าว ซึ่งโรงแรมต้องรับคนที่มีใจรักบริการและเข้ากับโรงแรมได้ ซึ่งในการรับสมัครงานเพื่อหาคนมาเป็นพนักงาน ประเด็นนี้ต้องให้ความสำคัญโดยการคัดคนที่มีใจรักบริการ เมื่อเข้ามาเริ่มงานก็สามารถปรับเข้ากับสไตล์การทำงาน วัฒนธรรมโรงแรมและรับฟังเสียงลูกค้าที่มีทั้งต่อว่าและชื่นชมได้ ดังนี้

3.2.2.1 การคัดเลือกพนักงาน ในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานด้านบริการ ควรมีหลักสำคัญในการคัดเลือก ดังนี้

3.2.2.1.1 บุคลิก รูปร่าง หน้าตา อย่าลืมว่าในงานบริการลูกค้า บุคลิก รูปร่าง หน้าตาเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเมื่อพบลูกค้า พนักงานเปรียบเสมือนตัวแทนโรงแรมมีภาพลักษณ์โรงแรมติดตัวพนักงานทุกคน ลูกค้าย่อมเกิดความรู้สึกดีเมื่อเห็นพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดีหรือเรียกว่า ประทับใจเมื่อแรกเห็น

3.2.2.1.2 ไหวพริบการพูดคุยโต้ตอบกับลูกค้า หัวข้อนี้โรงแรมสามารถตรวจสอบได้โดยการถามคำถามขณะสัมภาษณ์ เช่น ยกตัวอย่างในงานบริการว่า หากลูกค้าเดินเข้ามาในโรงแรมแล้วโวยวายว่าเราให้บริการไม่ดี คุณจะทำอย่างไร หรือหากลูกค้าจะจับคุณ คุณจะทำอย่างไร คนที่มีไหวพริบในการโต้ตอบลูกค้าได้จะเอาตัวรอดกับคำถามประเภทนี้ได้

3.2.2.1.3 มีใจรักในการให้บริการลูกค้า หัวข้อนี้จะวัดกันได้ยากแต่หากไม่วัดเลยก็อาจได้คนที่พร้อมที่จะทะเลาะกับลูกค้าก็เป็นได้ ในเบื้องต้นสามารถแบ่งคนที่ไม่ใจรักบริการออกไปบางส่วนได้ เช่น คนที่ชอบอยู่คนเดียว เล่นกีฬาคนเดียว ไม่ชอบทำงานเป็นทีม ไม่ชอบพบปะพูดคุยกับคนอื่น ถามหลายคำได้รับคำตอบเดียว ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ เลยในช่วงที่เรียนหนังสือ คนกลุ่มนี้หากทำงานบริการที่ต้องพบปะพูดคุยกับลูกค้าตลอดการทำงาน เขาอาจต้องปรับตัวเอง เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความรู้สึกของตนเองมาก ควรเก็บเอาไว้พิจารณาปรับในอันดับหลัง ๆ



โดยสามารถมองต่อไปที่ประวัติเขาได้ เช่น หากเป็นคนที่ทางครอบครัวมีกิจการธุรกิจมาจากการค้าขายหน้าร้าน คนกลุ่มนี้อาจจะเลือกได้ดีกว่า เพราะเขามีประสบการณ์ตั้งแต่เล็ก ในการเห็นพ่อแม่ให้บริการค้าขายกับลูกค้าหรือเคยช่วยค้าขายให้บริการลูกค้ามาแล้ว

3.3 การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation) เมื่อได้ออกแบบมาตรฐานบริการแล้ว ก็สามารถนำไปปฏิบัติใช้งานจริงได้อย่างมีระบบแบบแผน เพื่อให้บริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าเกิดความสม่ำเสมอตามมาตรฐาน เมื่อลูกค้าคนใด มาเมื่อไร ที่ไหน ก็จะได้รับบริการตามมาตรฐานที่วางไว้ทุกครั้งไป (Consistency) โดยมีปัจจัยหลักในการให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation) คือ

3.3.1 การอบรม (Training) มีประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาในการจัดอบรมภายในโรงแรมดังนี้

3.3.1.1 จัดอบรมแบบหวังผล ในการอบรมให้แก่พนักงานมิใช่เป็นการจัดอบรมทั่วไป เพื่อให้พนักงานรู้เท่านั้น การรู้เท่านั้นไม่เกิดประโยชน์อะไรแก่โรงแรม เช่น เมื่อมีกระแสหัวข้ออบรมอะไรที่กำลังดังในช่วงนั้น ก็จะถูกจัดขึ้นตามกระแสตามที่หัวข้อเรื่องดังในช่วงนั้น ผู้จัดการหรือผู้บริหารควรจัดอบรมแบบหวังผลว่าเครื่องมือที่นิยมใช้ในช่วงนั้น หากเป็นเครื่องมือหรือเป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในโรงแรมโดยที่ผู้บริหารเลือกแล้ว สามารถวางแผนโครงการนั้นได้เลยว่ามีขั้นตอนการดำเนินโครงการ (Action Plan) เป็นอย่างไรในช่วงเวลาใด และการอบรมเป็นหนึ่งในขั้นตอนการดำเนินโครงการนั้น

3.3.1.2 การจัดอบรมแบบแบ่งกลุ่มคนเรียน เป็นการเชิญวิทยากรภายนอกมาบรรยายหลักสูตรต่าง ๆ ที่โรงแรมจะนำเอาความรู้ไปปฏิบัติงานต่อ นั้น ต้องแบ่งกลุ่มคนเข้าฟัง - เข้ารับการอบรมเป็นกลุ่ม ๆ ออกแบบเนื้อหาหลักสูตรให้ตรงเป้าหมาย การนำเนื้อหาหลักสูตรมาบรรยายของวิทยากร ควรมีการให้ข้อมูลแก่วิทยาการในเรื่องความคาดหวังของการจัดอบรม พื้นฐานของคนฟังบริบท (Context) ของโรงแรม โดยเฉพาะตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับโรงแรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมจะเห็นภาพชัดเจน นั้นหมายความว่าในยุคปัจจุบัน

3.3.2 การตรวจติดตาม (Monitoring) หลังจากที่มีมาตรฐานบริการและมีการจัดอบรมแล้วพนักงานก็จะมีความรู้และสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานบริการได้ ขั้นถัดไปที่โรงแรมจะทำได้ คือ การตรวจติดตาม การตรวจติดตามเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีเพื่อให้เกิดการรักษาระดับมาตรฐานไว้ตลอดเวลา รูปแบบการติดตามแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ตามบุคคลผู้ตรวจติดตามได้ 2 กลุ่มคือ ผู้ตรวจติดตามภายในและผู้ตรวจติดตามภายนอก ผู้ตรวจติดตามภายในมีความสำคัญมากสำหรับการรักษามาตรฐาน กล่าวคือ ผู้ตรวจติดตามที่เป็นคนในโรงแรม หลาย ๆ โรงแรม นิยมเรียกว่า ฝ่าย QA (Quality Assurance) หรือ ฝ่ายประกันคุณภาพ เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานการทำงาน ของพนักงานแล้วนำมาตรวจติดตามการทำงานของพนักงานว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ ทุกครั้งที่ทำการตรวจติดตามก็จะบันทึกผลการตรวจและรวบรวมจากรายวันเป็นรายสัปดาห์ และส่งผลให้แก่ผู้จัดการฝ่าย QA การมีฝ่าย QA เป็นผู้ตรวจติดตามนี้ นิยมใช้กับโรงแรมที่มีพนักงานจำนวนมาก ๆ ในที่เดียวกัน

นอกจากการตรวจด้วยคนแล้ว ยังสามารถใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยสนับสนุนในการทำงานได้ เช่น ในการรับสายของพนักงานคอลเซ็นเตอร์หากมีคิวที่รอสายนานเกินกว่าที่กำหนดไว้ เช่น 5 นาที ระบบก็จะเตือน (Alert) ไปที่หน้าจอของซูเปอร์ไวเซอร์ ซูเปอร์ไวเซอร์ก็จะช่วย



รับสายแทนพนักงานได้ทันที หากเกิน 10 นาที ยังไม่มีผู้รับสาย ระบบก็จะสามารถเตือนตามลำดับไปยังผู้จัดการต่อไปได้และในบางครั้งโรงแรมสามารถใช้วิธีกำหนดให้มีบุคคลในโรงแรมไปใช้งานเสมือนเป็นลูกค้าจริง ๆ (Mystery Shopper/Mystery Caller) คือการให้พนักงานบางคนหรือคนนอกลองสมมติตัวเองเป็นลูกค้าแล้วเข้าไปใช้บริการ โดยที่พนักงานให้บริการไม่ทราบเพื่อทดสอบรูปแบบการให้บริการของงานนั้น ๆ เช่น พนักงานฝ่าย QA เข้าไปใช้บริการและบันทึกผลคะแนน วิธีปลอมเป็นลูกค้าแบบนี้โรงแรมสามารถใช้ในการไปทดสอบระดับคุณภาพบริการของคู่แข่งเป็นระยะ ๆ เพื่อเปรียบเทียบ (Benchmark) กับการบริการระหว่างเรากับคู่แข่งได้

ผู้ตรวจติดตามภายนอก คือ ผู้ตรวจติดตามผู้ประเมินการให้บริการของหน่วยงานสาขาโดยบุคคลภายนอกซึ่งเป็นโรงแรมภายนอกที่รับจ้างประเมินคุณภาพการให้บริการของสาขา วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการสัมภาษณ์ลูกค้าจริง ๆ การจ้างผู้ตรวจติดตามภายนอกขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความเหมาะสมของโรงแรม เหตุผลที่ต้องจ้างผู้ตรวจติดตามภายนอก คือ ได้ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นจากลูกค้าจริง ๆ จากคนกลาง มีความน่าเชื่อถือ สามารถแสดงผลเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นและอุตสาหกรรมเดียวกันได้ ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาของโรงแรมต่อไป ส่วนข้อเสียก็คือ มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า เวลาในการทำงานมากกว่า และเป็นการติดตามผลบางช่วงเวลาในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าจากคนกลางที่เป็นโรงแรมภายนอกนั้นส่วนใหญ่จะวัดกันปีละครั้ง โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการพบหน้ากับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยการสุ่มเลือก ข้อมูลที่มักจะเป็นคำถาม โรงแรมสามารถจ้างคนกลางมาประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการได้รับบริการได้ แต่ต้องมีการตรวจติดตามภายในเสียก่อนมิฉะนั้นผลจากการประเมินภายนอกจะนำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้มากเท่าใด

3.3.3 การจูงใจ (Encouragement) ตามที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่า “คน” คือหัวใจของธุรกิจบริการ การใช้ให้คนทำงานตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งงานบริการนั้นได้พบกับลูกค้ามากมีโอกาสได้รับคำตำหนิจากลูกค้าบ่อย ๆ โรงแรมต้องหาทางให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน ชอบและรักในการบริการ การได้พบปะพูดคุยเอาใจใส่ลูกค้า การจูงใจพนักงาน ประกอบด้วย

3.3.3.1 ให้อำนาจพนักงานในการตัดสินใจ (Empowerment) คือ การที่โรงแรมกำหนดขอบเขตให้พนักงานมีโอกาสในการตัดสินใจเพิ่มขึ้น เพราะหากเมื่อลูกค้าขออะไรเพิ่มเติมเล็กน้อย พนักงานกลุ่มหนึ่งก็จะขอเวลาไปตามหัวหน้า อีกกลุ่มหนึ่งก็จะปฏิเสธลูกค้าทันทีก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ค่อยพอใจ ดังนั้นเมื่อเวลาโรงแรมออกแบบบริการให้พนักงานปฏิบัติ ควรจะบอกถึงระดับการตัดสินใจให้แก่พนักงานทราบ เพื่อพนักงานจะสามารถตัดสินใจได้และพนักงานก็จะรู้สึกว่าการทำงานของตนเองมีใช้ทำตามกฎทำตามคำสั่งอย่างเดียว

3.3.3.2 ให้อำนาจ (Reward & Recognition) เป็นการจัดรูปแบบการให้รางวัลแก่พนักงาน สำหรับพนักงานที่มีความสามารถในการทำงานสูงหรือพนักงานดีเด่นในการทำงาน เพื่อจูงใจพนักงานในการทำมาดี และส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ทุกคนมีความรู้สึกมีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงแรม รางวัลแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

3.3.3.2.1 รางวัลที่มีมูลค่า (Rewards) คือ รางวัลที่โรงแรมเสียค่าใช้จ่ายในการให้รางวัลแก่พนักงาน เช่น เงินสด บัตรรับประทานอาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์มือถือ หรือสร้อยคอทองคำ เป็นต้น



3.3.3.2 รางวัลที่มีผลต่อจิตใจ (Recognition) คือ รางวัลที่โรงแรมแทบจะไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการให้รางวัล แต่มีผลต่อจิตใจของพนักงานทำให้พนักงานมีความรู้สึกดี มีขวัญกำลังใจ ทำงานเพิ่มขึ้น เช่น ถ้วยรางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ การกล่าวชมเชยในห้องประชุมใหญ่ การติดบอร์ดชมเชย การนัดรับประทานอาหารกับผู้บริหาร การเชิญครอบครัวของพนักงานมาร่วมแสดงความยินดี หรือการนำไปพิจารณาต่อการปรับตำแหน่ง โรงแรมจึงควรมีการให้รางวัลแก่พนักงานทั้งสองรูปแบบ เพื่อที่จะช่วยทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีคุณภาพโดยรวม

3.3.3.3 ให้ความผ่อนคลาย ในการทำงานบริการลูกค้า พนักงานที่ทำงานมักได้รับความรู้สึกจากลูกค้าในหลาย ๆ รูปแบบ ทั้งสุขภาพเรียบร้อย อารมณ์เสีย หรือพูดจาดูหมิ่น เมื่อพนักงานได้รับแรงกดดันจากลูกค้าย่อมรู้สึกอ่อนล้า อารมณ์ไม่ค่อยดี โรงแรมจำเป็นต้องหาวิธีผ่อนคลายให้แก่พนักงาน เป็นการช่วยให้พนักงานรู้สึกสดใส พร้อมทั้งจะทำงานต่อ

3.3.4 การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน

ในธุรกิจบริการจำเป็นต้องทำการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction Survey) เพราะพนักงานคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดในโรงแรม เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอด หากคนในโรงแรมไม่ชอบบรรยากาศ สภาพแวดล้อม ระบบงาน และอื่น ๆ ที่ทำให้พนักงานไม่รู้สึกพอใจในงานแล้ว ย่อมส่งผลต่อการให้บริการและระบบงานบริการแก่ลูกค้าแน่นอน

โรงแรมควรทำการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งโรงแรมสามารถทำตัวเองโดยไม่ต้องลงทุนจ้างโรงแรมอื่น ผู้รับผิดชอบเรื่องนี้ต้องเป็นฝ่ายบุคคล ทำการออกแบบฟอร์มและส่งให้พนักงานกรอกข้อมูล โดยไม่ต้องเปิดเผยตนเอง การประเมินความพึงพอใจของพนักงานน่าจะมีความถี่ประมาณปีละ 1 – 2 ครั้ง แล้วแต่ความเหมาะสมและทุกคำตอบจะต้องถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีผลต่อตัวพนักงานในเรื่องใด ๆ ทั้งสิ้น แต่อย่าลืมว่าวัตถุประสงค์ในการทำการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานก็คือ เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของพนักงานในโรงแรมอยู่ระดับใด ค่าที่ได้เรียกว่า ESI (Employee Satisfaction Index) หรือ ค่าความพึงพอใจของพนักงาน รวมทั้งต้องการข้อมูลความคิดเห็นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาระบบงานด้านการบริการพนักงานต่อไป

3.4 การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) คือ การบริหารข้อร้องเรียนของลูกค้า โดยทั่วไปในงานบริการต่างๆ ย่อมพบว่าโรงแรมไม่สามารถให้บริการให้ลูกค้าพอใจครบทุกคนได้ มีลูกค้าบางส่วนที่ไม่พอใจ ซึ่งในส่วนน้อยของลูกค้าที่ไม่พอใจนี้ก็จะเขียนข้อร้องเรียนลูกค้าส่วนใหญ่ที่พบกับบริการที่ไม่พอใจมักจะมาเรื่องนี้นั้นอาจเกิดจาก

3.4.1 ร้องเรียนยาก ไม่มีช่องทางให้ร้องเรียน

3.4.2 ไม่มีเวลา

3.4.3 พนักงานไม่สนใจ

3.4.4 โรงแรมไม่ดำเนินการแก้ไขใด ๆ

3.4.5 กลัวถูกแกล้ง

3.4.6 ไปที่อื่นก็ได้

3.4.7 ไม่อยากเสียหน้า

3.4.8 จะไม่มาอีกต่อไป



ซึ่งลูกค้าที่มีข้อร้องเรียนเหล่านี้ก็คงไม่ยอมมาใช้บริการของโรงแรมนี้อีกแล้ว ดังนั้นข้อร้องเรียนที่โรงแรมได้มาแม้เพียงจำนวนน้อย แต่นั่นคือเสียงของลูกค้าจริง ๆ (Voice of Customer) เปรียบเสมือนเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้โรงแรมดำเนินการ โดยโรงแรมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยที่ใดและหากโรงแรมไม่ดำเนินการ ลูกค้าที่เขียนมาคนนั้นก็พร้อมที่จะจากไปด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงควรเปลี่ยนมุมมองของโรงแรมจำนวนมากที่ไปตั้งเป้าหมายหรือตัวชี้วัด (KPI) ของโรงแรมว่า เปอร์เซ็นต์จำนวนข้อเรียกร้องลดลงเป็นเป้าหมายที่ผิดอย่างรุนแรง เพราะว่าข้อร้องเรียนนั้นเป็นประโยชน์ในการ ออกแบบบริการให้ดีขึ้น ๆ ไป หากโรงแรมใดตั้งเป้าลดข้อร้องเรียน มีวิธีมากมายที่ไม่ถูกต้องที่พนักงานจะลดข้อร้องเรียนได้ เช่น ลดจำนวนช่องทางรับข้อร้องเรียน ไม่บันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้าและอื่น ๆ ดังนั้นข้อร้องเรียนเป็นสิ่งจำเป็นของโรงแรม ซึ่งโรงแรมต้องปลูกฝัง ให้พนักงานทุกคนให้พร้อมรับกับข้อร้องเรียน โดยมีเป้าหมายหรือตัวชี้วัดที่ควรตั้งคือ เปอร์เซ็นต์ข้อร้องเรียนที่ได้ทำการแก้ไขเสร็จเพิ่มขึ้น จึงจะเกิดประโยชน์ต่อโรงแรมอย่างแท้จริง ซึ่งการบริหารข้อร้องเรียนของลูกค้ามีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรับคำร้องเรียน โรงแรมต้องเปิดช่องทางให้มีหลายช่องทาง เพื่อรับข้อร้องเรียนของลูกค้า เช่น ทางโทรศัพท์ ทางอีเมล ทางอินเทอร์เน็ต และทางเคาน์เตอร์ อย่าปล่อยให้ช่องทางแคบและยาก จะทำให้ไม่ได้ข้อมูลอะไรเลย

ขั้นตอนที่ 2 การบันทึกคำร้องเรียน เมื่อลูกค้ามีความปรารถนาที่อยากจะช่วยพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น โรงแรมต้องปรับกระบวนการทำงานเพื่อเปิดรับข้อร้องเรียนและบันทึกอย่างเป็นระบบ เช่น ในคอมพิวเตอร์หรือเอกสารเพื่อใช้ในงานต่อไปได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 3 การแก้ไขปัญหาเบื้องต้น พนักงานที่ได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่เข้าใจอย่างชัดเจนแล้วนั้น เมื่อบันทึกข้อร้องเรียนลงในระบบ ก็ต้องรีบแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละหัวข้อของข้อร้องเรียน โดยการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

ประเภทที่ 1 การแก้ไขปัญหาที่ผล คือ การแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าได้รับผลกระทบแล้ว เช่น เมื่อลูกค้าแจ้งมาว่าพนักงานที่ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ พนักงานก็แก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารู้สึกดีขึ้น เช่น การกล่าวคำขอโทษ การส่งของกำนัลที่เหมาะสมไปขอโทษ เป็นต้น

ประเภทที่ 2 การแก้ไขปัญหาที่เหตุ คือ การแก้ไขปัญหาที่สาเหตุเพื่อแก้ไขที่ต้นเหตุของปัญหา เช่น การไปปรับปรุงระบบงานให้บริการให้มีการพูดจาสุภาพมากขึ้น การจัดอบรมให้พนักงานเรื่องการให้บริการที่ดี เป็นต้น

ประเภทที่ 3 การป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำ คือ การดำเนินการป้องกันปัญหาหลังจากที่ได้ทำการแก้ไขปัญหาที่ผลและที่เหตุไปแล้ว โดยการพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมานั้นมีโอกาที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการทำงานอื่น ๆ อีกหรือไม่ จะมีโอกาสเกิดขึ้นกับลูกค้าคนอื่นอีกหรือไม่ แล้วทำการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจได้ว่า กระบวนการทำงานอื่น ๆ และลูกค้าคนอื่น ๆ จะไม่มีโอกาสพบปัญหานี้

ขั้นตอนที่ 4 การส่งเรื่องให้ผู้รับผิดชอบแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ หลังจากดำเนินการแก้ไขปัญหาเสร็จแล้ว ต้องส่งข้อร้องเรียนนี้ไปยังผู้ประสานงานในการออกกฎเกณฑ์หรือระบบงาน เพื่อเป็นข้อมูลในหน่วยงานที่ควบคุมระบบงานทราบข้อร้องเรียนของลูกค้าและทำการปรับปรุงแก้ไขและ



ป้องกันระบบงานที่มีอยู่ให้เป็นมาตรฐานใหม่ที่ดีขึ้น รวมทั้งจะได้เป็นข้อมูลในการที่จะได้คำนึงถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในกรณีที่จะออกแบบการให้บริการ/การทำงานใหม่ ๆ ที่จะมีขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการแก้ไข เมื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าในขั้นตอนที่ 3 และ 4 ผู้รับผิดชอบข้อร้องเรียนของลูกค้าต้องทำการประเมินผลการแก้ไขว่ามีความเหมาะสมต่อโรงแรมและลูกค้าโดยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการประเมินผลข้อร้องเรียน คือ ความรุนแรงของปัญหา กลุ่มประเภทของลูกค้า ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา ค่าใช้จ่าย โอกาสทางธุรกิจที่อาจสูญเสีย และภาพลักษณ์ของงานบริการและโรงแรม เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 ปิดคำร้องเรียน โดยทำการปิดข้อร้องเรียนนั้นเมื่อได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่ 5 เสร็จสิ้นแล้วและลูกค้าพอใจ ซึ่งการปิดข้อร้องเรียนสามารถคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ข้อร้องเรียนที่ปิดต่อข้อร้องเรียนทั้งหมด โดยนำยอดจำนวนข้อร้องเรียนที่ปิดหารด้วยข้อร้องเรียนทั้งหมด แล้วตั้งเป็นตัวชี้วัดในเรื่องของข้อร้องเรียนรายเดือนก็ได้

ขั้นตอนที่ 7 การสรุปให้ผู้บริหารระดับสูงโดยทีมงานที่บริหารข้อร้องเรียนต้องทำการกลั่นกรองเอาข้อร้องเรียนที่มีระดับความสำคัญสูงๆ เช่น ระดับกลยุทธ์ของโรงแรม สรุปส่งให้ผู้บริหารเห็นข้อร้องเรียนที่สำคัญเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์การให้บริการและกลยุทธ์ของโรงแรมต่อไป

3.5 การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Service Improvement) ในการปรับปรุงมาตรฐานบริการให้สูงขึ้นนั้น เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการคิดวางแผนนำไปสู่การปฏิบัติที่ควรใช้ คือ

3.5.1 ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index : CSI) ตามที่ทราบกันดีอยู่ว่า การที่ธุรกิจบริการอยู่รอดได้ คือ การมีผลกำไรนั้น เกิดจากการที่ลูกค้าพึงพอใจในบริการ ทำให้ลูกค้าบอกต่อกับเพื่อนฝูงและญาติ ครอบครัว ซึ่งเป็นการทำการตลาดโดยที่ลูกค้าเป็นผู้ทำให้ โรงแรมไม่ต้องลงทุนใดๆ รวมทั้งทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำๆ ไม่เปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่ง

ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง โรงแรมจำเป็นต้องวัดผลออกมาว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเท่าไรในแต่ละช่วงเวลาหรือในปัจจุบัน เปรียบเสมือนการชั่งน้ำหนัก วัดอุณหภูมิ วัดความดัน ที่เป็นตัวชี้วัดอันสะท้อนถึงสุขภาพร่างกายของคนโดยการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อทราบระดับความพึงพอใจว่าอยู่ในระดับที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ สูงหรือต่ำกว่าในอดีต โดยทั่วไปจะวัดความพึงพอใจของลูกค้าโดยการจ้างองค์กรภายนอก เพราะเป็นกลางน่าเชื่อถือ ในการทำการสำรวจและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นช่วงเวลา เช่น วัดความพึงพอใจของลูกค้าปีละครั้ง ครั้งหนึ่งใช้เวลาสำรวจและประเมิน 2 เดือน

รูปแบบของการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า สามารถแบ่งรูปแบบการประเมินได้หลากหลาย เช่น ตามที่ตั้ง อายุ เพศ ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อครั้ง เป็นต้น โดยมีเกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

3.5.1.1 ความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวม

3.5.1.1.1 การรอคอย

3.5.1.1.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ

3.5.1.1.3 มีขั้นตอนน้อย ไม่ยุ่งยาก

3.5.1.1.4 เวลาให้บริการเปิด - ปิดเหมาะสม

3.5.1.1.5 มีรูปแบบบริการหลากหลาย



3.5.1.2 ความพึงพอใจต่อสถานที่

3.5.1.2.1 ความสะอาดเรียบร้อย เป็นระเบียบ

3.5.1.2.2 ความทันสมัย

3.5.1.2.3 ความสะดวกเป็นสัดส่วน

3.5.1.2.4 ความเหมาะสมของเอกสารข้อมูลที่แจก

3.5.1.2.5 ความชัดเจนของป้าย

3.5.1.3 ความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงาน

3.5.1.3.1 ความสุภาพอ่อนน้อม ให้เกียรติลูกค้า

3.5.1.3.2 ความเอาใจใส่และกระตือรือร้น

3.5.1.3.3 ความถูกต้องชัดเจนในการให้ข้อมูลและชี้แจงรายละเอียด

3.5.1.3.4 มีพนักงานเพียงพอ

3.5.1.3.5 การแต่งกายสุภาพ

3.5.1.3.6 ความถูกต้องครบถ้วนในการบริการ

3.5.2 การสร้างนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) คือ การคิดหาบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากปัจจุบัน เพราะความต้องการของลูกค้ามีสูงขึ้นนั้น หมายถึง ความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต

4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการบริการที่เป็นเลิศ (พิสิทธ์ พิพัฒน์โกศากุล. 2549 : 116-121) กล่าวว่า ในงานบริการลูกค้าที่หลาย ๆ โรงแรมกำลังดำเนินการอยู่นั้น มักจะมีคำถามของผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการว่า ทำอย่างไรถึงจะทำให้โรงแรมของเรา มีบริการที่ดี มีลูกค้าที่ชมบอกปากต่อปากว่าให้มาใช้บริการที่เรา ลูกค้ามาแล้วรู้สึกประทับใจ จนทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในบริการของโรงแรม อันจะส่งผลต่อ ผลการประกอบการที่มากขึ้นแน่นอนว่าทุก ๆ โรงแรมล้วนต้องการให้เกิดภาพของ "การบริการที่เป็นเลิศ" ขึ้น ซึ่งวิธีการสร้างนั้นไม่สามารถสร้างได้ในระยะเวลาอันสั้นเพียงไม่กี่เดือน แต่มันต้องสร้างกันอย่างต่อเนื่องหลายปี จนเกิดเป็นวัฒนธรรมภายในองค์กรวิธีการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น หลายองค์กรก็มีวิธีที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งพอที่จะสรุปปัจจัยหลักที่ช่วยในการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น โดยมีหลักการสำคัญเพื่อช่วยให้องค์กรต่าง ๆ นำไปประยุกต์ใช้และปรับให้เหมาะกับแต่ละองค์กร โดยมีลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ หรือ เรียกว่า 4S's คือ

4.1 Staff คือ พนักงาน ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทั้ง 4 ข้อ เพราะธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากปราศจากพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานเป็นผู้มีคุณค่าที่สุดในธุรกิจบริการ เป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มต่าง ๆ ในธุรกิจ เพราะรูปแบบธุรกิจบริการจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เป็นเพียงแค่สิ่งที่ช่วยเสริมงาน ซึ่งหาซื้อที่ใดก็ได้ แต่บุคลากรในองค์กร เราไม่สามารถใช้เงินซื้อมาได้ ต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติ มาทำงานฝึกฝน และพัฒนาในความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้น และการดูแลให้เขารักองค์กร และอยู่คู่กับการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

4.2 Software คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์ คือ เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน เช่น ค้นหาข้อมูลลูกค้า แสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการให้โดนใจลูกค้าในแต่ละบุคคล ใช้บริหารระบบงานโดยรวมสามารถแสดงถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนว่าจุดใดให้บริการเร็ว ช้า จุดใดใช้คนมากน้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนเป็นเท่าใด รายได้ที่



เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์ สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและง่าย ในการบริหารจัดการสามารถให้ซอฟต์แวร์ประมวลผล ตามเป้าหมายที่เราตั้งไว้ได้ทันที

4.3 Standard คือ มาตรฐานการทำงาน คือ สิ่งที่ยืนยันว่าพนักงานต้องทำงานอะไรบ้างตามขั้นตอน โดยทั่วไปมักแสดงอยู่ในรูปของเอกสาร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเป็นเป็นภาพเดียวกัน เข้าใจตรงกัน โดยทั่วไปจะใช้สำหรับอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้างาน หรือบางแห่งมาตรฐานการทำงาน ก็อยู่ในรูปแบบโปรแกรม คอมพิวเตอร์ คือ หน้าจอคอมพิวเตอร์จะบังคับให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานหากไม่ทำจะเข้าไปหน้าจอถัดไปไม่ได้ การจัดทำมาตรฐานการทำงานนี้เป็นหลักการและแนวทางเพื่อให้พนักงานอยู่ในแนวทางที่องค์กรอยากให้เป็น ซึ่งมาตรฐานการทำงานมิสามารถครอบคลุมการทำงานได้ทั้งหมด เช่น การยิ้มแย้ม ความสุภาพ หรือการตัดสินใจในการให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า เรื่องเหล่านี้จะอยู่ในดุลพินิจของตัวพนักงานเอง องค์กรอย่าไปควบคุมอะไรมากมีเช่นนั้นพนักงานจะกลายเป็นหุ่นยนต์ที่ถูกบังคับ ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดี พนักงานก็ไม่อยากจะทำงานแบบถูกบังคับให้ทำ

4.4 Service Culture คือ วัฒนธรรมการบริการ วัฒนธรรมการบริการ กล่าวได้ว่าเป็นผลจากการทำงานของ 3S's ก็คือ Staff, Software และ Standard หากองค์กรดำเนินการอย่างต่อเนื่องใน 3 ตัวแรกนี้ก็จะทำให้เกิดการหล่อหลอมของพนักงานที่ปฏิบัติงานแบบนี้จนเคยชิน และเป็นนิสัยคล้ายๆ กันทุกคน ย่อมทำให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีการบริการเป็นรูปแบบเดียวกัน ทั้ง 4 ปัจจัยนี้ ธุรกิจต้องหมั่นดูแล และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลให้เกิดคำว่า “บริการที่เป็นเลิศ” (Excellence Service) ซึ่งคำนี้สามารถสะท้อนถึงแบรนด์ในองค์กรอันจะเป็นมูลค่าที่เหนือกว่ามูลค่าราคาในการบริการ แต่เป็นมูลค่าของแบรนด์ในองค์กรนั้น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจที่ลูกค้าจะซื้อซ้ำและบอกต่อในธุรกิจน้ำเพชร อยู่สกุล (2553 : 21) กล่าวว่า วิธีการบรรลุความเป็นเลิศในการบริการ คือ การบรรลุความสำเร็จในการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ของการจัดการงานบริการที่มีประสิทธิภาพ วิธีการบรรลุความเป็นเลิศในการบริการมี 2 องค์ประกอบ ที่สำคัญคือ

4.4.1 ผู้ให้บริการเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการโดยเฉพาะผู้ให้บริการส่วนหน้า (Front Line) เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการโดยตรง ตั้งแต่การต้อนรับ ผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งสิ้นสุดการบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกแห่งการบริการ อย่างเต็มความสามารถ และมีการพัฒนาศักยภาพนำไปสู่การเป็นผู้ให้บริการมืออาชีพ โดยทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง มุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้นเป็นศูนย์กลางของการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องเข้าใจ และยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้รับบริการซึ่งมีความหลากหลายทั้งด้านความต้องการ ความคาดหวัง และการแสดงออกต่อการบริการเนื่องมาจากความแตกต่างของบุคคลมีส่วนนำมาวางแผนการปฏิบัติงานบริการ โดยให้ความใส่ใจประเด็นบุคลิกภาพ การแสดงออกด้วยไมตรีจิตที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจและใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องมีการฝึกฝนและอาศัยทักษะในการแก้ไขปัญหาเพื่อมิให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ นอกจากนี้ การสำรวจความต้องการหรือความคาดหวังในการบริการจะช่วยให้มีการนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อบกพร่องและแนวโน้มการบริการ วางแผนปรับปรุง



การดำเนินงาน และกำหนดทิศทางการบริการที่ตลาดต้องการให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้บริหารต้องให้การสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในการสร้างเอกลักษณ์การบริการที่ประทับใจอย่างทั่วถึง ทั้งในด้านความรู้ทักษะ และคุณภาพการบริการ

4.4.2 ผู้รับบริการ เนื่องจากเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการจะต้องเรียนรู้บทบาทและความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสม มีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ เข้าใจกระบวนการ และสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก การสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการส่งผลให้การบริการอาจไม่ทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคน ดังนั้นหากผู้รับบริการมีความเข้าใจในลักษณะงานและกระบวนการบริการ ก็จะสามารถกำหนดความคาดหวังในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการ ดังนั้นผู้รับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจน มีความเข้าใจในความต้องการของการบริการเพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่เป็นไปตามความต้องการนั่นเอง

น้ำเพชร อยู่สกุล (2553 : 14) กล่าวว่า ความเป็นเลิศในการบริการจะเกิดขึ้นได้โดยบุคลากรได้รับการพัฒนาในวิชาชีพ และได้รับการเพิ่มพูนศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเป็นผู้ให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้ในงาน ทักษะ ประสบการณ์ เทคนิค และสมรรถนะของผู้ให้บริการ ทำให้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และมีความต้องการกลับมาใช้บริการอีก สิ่งสำคัญคือ ผู้ให้บริการต้องมีจิตสำนึกในการบริการ (Service Mind) มีความทุ่มเท เสียสละในการทำงาน มีใจรัก ในงานบริการ และให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ มีปัจจัยจูงใจ (Motive) อย่างเพียงพอ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รวมถึงให้ความช่วยเหลือเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ

จากการศึกษาความหมาย ความสำคัญ วิธีการสร้างความเป็นเลิศ และคุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ ข้างต้นนี้ ได้กำหนดความหมายของ การบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพ ในลักษณะเป็นกระบวนการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความ พึงพอใจ ประทับใจ และเกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ ซึ่งประยุกต์จากแนวคิดคุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้ (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล. 2549 : 48 – 114)

1. ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database Management)
2. ด้านการออกแบบบริการ (Service Design)
3. ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ (Service Operation)
4. ด้านการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling)
5. ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ (Service Improvement)



แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

1. ความหมายของผลการดำเนินงานของธุรกิจ

มนสิชา อินทจักร (2555 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง สิ่งที่ได้จากการปฏิบัติงานหรือการดำเนินกิจการขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ รายได้ ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้า การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ การบรรลุผลสำเร็จตามแผนงานและเป้าหมาย การรักษาลูกค้าเก่า และลูกค้ารายใหม่ ได้อย่างต่อเนื่อง

ศุภางค์ นันตา (2555 : 35) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของธุรกิจทั้ง 2 ลักษณะได้แก่ผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน (Income) หมายถึงรายได้ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากการรักษาลูกค้าเก่าและการดึงดูดลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการและผลลัพธ์ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Image) หมายถึงความน่าเชื่อถือความเชื่อมั่นในด้านการพัฒนารูปแบบบริการใหม่ที่ลูกค้าคาดหวังจนเป็นที่รู้จักเกิดความพึงพอใจและยอมรับจากลูกค้า

ศิวดล พัฒนาจักร (2554 : 36) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรด้านต่างๆ โดยมีกระบวนการดำเนินการเพื่อแปลงทรัพยากร ให้เป็นผลตามกระบวนการ ถ้าผลลัพธ์ที่ได้ไม่นำไปประเมินก็จะหมายถึงประสิทธิผลที่ได้จากกระบวนการนั้น แต่เมื่อทำการประเมินกับเป้าหมาย หรือค่าเปรียบเทียบใดก็จะเป็นผลลัพธ์ที่สัมฤทธิ์ผลหรือไม่สัมฤทธิ์ผล

สิทธิศักดิ์ พุทธิพิติกุล (2547 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่สร้างออกมาได้เมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือจุดมุ่งหมาย ซึ่งผลงานมีหลายระดับ ตั้งแต่ผลงานส่วนบุคคล ผลงานของหน่วยงาน หรือผลประกอบการระดับองค์กร

दनัย เทียนพุดม (2545 : 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการประเมินผลงานและความก้าวหน้าในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลตามเป้าหมาย

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ และคณะ (2548 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่าผลการดำเนินงาน หมายถึง ปริมาณงานที่องค์กรได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ ที่มีการกำหนดขั้นตอนและระบบการปฏิบัติงาน

Yoon และ Uysal (2005 : 45 – 56) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลที่เกิดจากภาพลักษณ์ของธุรกิจ การบริการที่มีลักษณะเฉพาะและความเป็นมืออาชีพในการบริการของธุรกิจ สามารถสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ธุรกิจและเพิ่มจำนวนลูกค้าในการใช้ตราสินค้าและบริการมากขึ้น

2. ความสำคัญของผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐหรือภาคเอกชนได้ให้ความสนใจและความสำคัญกับการประเมินผลองค์กรอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจเอกชนเริ่มให้ความสนใจกับแนวคิดและเครื่องมือทางเทคนิคต่างๆ ในการประเมินผลองค์กรเนื่องจากภาวะการแข่งขัน



อย่างรุนแรงมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ต้องมีเครื่องมือตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาซึ่งการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับทั้งผู้บริหารขององค์กรและนักวิจัยโดยในอดีตที่ผ่านมาการวัดผลทางการเงินเป็นสิ่งที่ถูกนำมาใช้ประเมินผลองค์กรอย่างแพร่หลาย (Maltzk, Shenhar and Reilly. 2003 : 187) และมีผู้กล่าวถึงความสำคัญของการดำเนินงาน ดังนี้

ศุภางค์ นันตา (2555 : 38) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ สามารถนำพาให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พสุ เดชะรินทร์ (2546 : 3) กล่าวว่า การบริหารจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งจากในอดีตและปัจจุบัน แต่ปัจจัยที่จะส่งผลให้การดำเนินงานสำเร็จก็จะมีการพัฒนาเรื่อยมาองค์กรก็ต้องมีการนำเอาเทคนิคแนวคิดที่ได้จากการบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานคือปัจจัยทางบุคลากรการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทุกองค์กรให้ความสำคัญการจัดการความรู้ของทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นศูนย์กลางแห่งความรู้โดยอาศัยประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีลักษณะเฉพาะขององค์กรซึ่งไม่มีใครสามารถลอกเลียนแบบได้แนวคิดของการวัดผลการดำเนินงานมีจุดกำเนิดมาเนื่องจากต้องการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ

วรรณรัตน์ วัฒนานิมิตกุล (2547 : 2) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพจะสร้างความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2547 : 21) กล่าวว่า ในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจถือเป็นเครื่องมือทางด้านจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดผลหรือประเมินผล (Measurement) ที่ช่วยให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

กมลศน์ สันติเวชชกุล (2549 : 44) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานเมื่อถูกชี้วัดที่แสดงถึงกระบวนการในการบรรลุเป้าหมายได้เพื่อที่จะช่วยในการเข้าใจกระบวนการทำงานขององค์กรมากขึ้นแสดงให้เห็นถึงส่วนงานที่ต้องพัฒนาและแสดงให้เห็นว่ามีการพัฒนาเกิดขึ้นจริงในส่วนงานนั้น

แคทลียา ชาปะวัง (2549 : 34) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงาน คือ กระบวนการประเมินผลงานและความก้าวหน้าในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมาย ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานมีความสำคัญต่อธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้ทราบว่าขณะนี้เราทำได้ดีเพียงใด
2. เพื่อให้ทราบว่าขณะนี้ผลงานของเราห่างจากเป้าหมายเพียงใด
3. เพื่อให้มั่นใจว่าผู้รับบริการหรือลูกค้าพึงพอใจในบริการหรือผลิตภัณฑ์ของเรา
4. เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการของเรายังคงอยู่ในสถานะควบคุม และยังคงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่มุ่งหวัง
5. เพื่อให้ทราบว่าเรามีจุดอ่อนหรือโอกาสพัฒนาในประเด็นใดบ้าง

วุฒิชัย สิทธิมาลากร (2550 : 1-14) กล่าวว่า องค์กรที่มุ่งเน้นให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่ดีถือเป็นการสร้างศักยภาพให้แก่องค์กร เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าเกิด



ความพึงพอใจในการให้บริการ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ และก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน โดยสิ่งที่ผู้บริหารมุ่งเน้นและคำนึงถึง คือ การทำให้องค์กรนั้นเกิดรายได้และสร้างผลกำไรมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพการให้บริการที่ดีและมีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสร้างความจงรักภักดีแก่ลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานดีขึ้น และส่งผลต่อองค์กรในภาพรวมด้วย

ศิวดล พัฒนาจักร (2554 : 36-37) กล่าวว่า ในการประกอบธุรกิจ ผลการดำเนินงาน เป็นตัวชี้วัดการกระทำที่ผ่านมาในรอบการปฏิบัติงานขององค์กรและยังส่งผลดีเมื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมโดยสามารถนำไปปรับได้ทั้งกลยุทธ์ กระบวนการทำงาน การบริหารจัดการ และเป็นเครื่องมือ ในการวางแผนในอนาคต เพื่อเป็นการแสดงถึงผลการปฏิบัติงานและกระบวนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดต่างๆ และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไป

Storey และ Kelly (2001 71-900) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจสามารถนำไปให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความสำเร็จขององค์กรบริการสามารถวัดจากชื่อเสียงของธุรกิจในการพัฒนาบริการใหม่ การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าตลอดจนการรักษาลูกค้าเดิม และการดึงดูดความสนใจจากลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการ โดยที่การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการประเมินจากความสำเร็จของการนำเสนอบริการรูปแบบใหม่มากกว่าการใช้เกณฑ์วัดจากผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้

Ooncharoen และ Ussahawanitchakit (2009) ซึ่งสนใจศึกษาในประเด็นการบริการที่บรรลุผลสำเร็จโดยมีตัวชี้วัดจากชื่อเสียงของธุรกิจในการพัฒนาบริการใหม่ การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ตลอดจนการรักษาลูกค้าเดิม และการดึงดูดความสนใจจากลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการ

3. การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ธุรกิจจำนวนมากใช้ข้อมูลพื้นฐานด้านการเงินหรือบัญชีด้านผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงผลประกอบการอันเป็นการแสดงผลทางด้านการเงินและคุณภาพเท่านั้น จากสภาพการแข่งขันในปัจจุบันจำเป็นต้องวัดผลการดำเนินงานในหลายด้านเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ขององค์กร (Evans and Lindsay. 2002 : 455) และในปัจจุบัน การวัดผลการดำเนินงานได้มีบทบาทสนับสนุนระบบบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่ โดยใช้มาตรวัดเป็นเครื่องมือติดตามประเมินความสำเร็จตามรอบเวลา ซึ่งมาตรวัดที่ถูกพัฒนาขึ้นแต่ละองค์กรจะต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจที่ เชื่อมโยงทุกระดับตั้งแต่ ระดับปฏิบัติงาน ระดับฝ่ายงานและระดับองค์กร เพื่อใช้ผลลัพธ์จากการติดตามวัดผลมาดำเนินการทบทวนผลการปฏิบัติงานเทียบกับ แผนงานหรือเป้าหมายตลอดจนใช้เทียบเคียงระหว่างองค์กรหรือผู้เป็นเลิศ (Best Practice) โดยเฉพาะการประเมินผลสำเร็จขององค์กรที่สะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (เครื่องมือวัดผลการดำเนินงานยุคใหม่. 2556 : เว็บไซต์) ได้มีผู้กล่าวถึงการวัดผลการดำเนินงานและมีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนี้

दनัย เทียนพุ่ม (2545 : 122-123) กล่าวว่า ผลการดำเนินงาน ซึ่งนำไปใช้ในการจัดการกลยุทธ์เป็นการมุ่งวัดใน 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านการเงิน (Financial Capital) และมิติด้านทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)



จุฬารัตน์ ชันแก้ว (2551 : 48-49) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการวัดผลการดำเนินงาน หมายถึงวิธีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในด้านต่างๆที่เอื้ออำนวยให้แต่ละองค์กรนำมาใช้เป็นตัววัดผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นๆซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการวัดผลการดำเนินงานนั้นแบ่งออกเป็น 2 ด้านทางด้านการเงินและไม่ใช้การเงินซึ่งแต่ละองค์กรสามารถที่จะเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับองค์กรนั้น ๆ เพื่อทำให้องค์กรต่าง ๆ มีตัวชี้วัดที่เป็นมาตรฐานสามารถควบคุมผลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ศุภางค์ นันตา (2555 : 36) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจสามารถวัดได้จากผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินได้แก่การมุ่งเน้นภาพลักษณ์และความพึงพอใจของลูกค้าการรักษาฐานลูกค้าเดิมและการแสวงหาลูกค้าใหม่โดยผลการดำเนินงานธุรกิจทั้งสองรูปแบบเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนมาจากกลยุทธ์การสร้างสรรคนวัตกรรมบริการของธุรกิจ

มนสิชา อินทจักร (2555 : 41) กล่าวว่า ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร ซึ่งสิ่งที่ได้เป็นนามธรรมและมีคุณค่าทางจิตใจที่ไม่สามารถวัดหรือประเมินค่าเป็นตัวเลขได้ แต่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การเกิดผลทางอ้อมที่วัดได้จากกำไรและส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น

Storey และ Kelly (2001) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการสามารถประเมินจากความสำเร็จของการนำเสนอบริการรูปแบบใหม่มากกว่าการใช้เกณฑ์วัดจากผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้

ผลการดำเนินงานของธุรกิจผลลัพธ์รายได้ที่เป็นตัวเงิน

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐหรือของภาคเอกชน ได้ให้ความสนใจและความสำคัญกับการประเมินผลองค์กรอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจเอกชนเริ่มให้ความสนใจกับแนวคิดและเครื่องมือทางเทคนิคต่าง ๆ ในการประเมินผลองค์กร เนื่องจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีเครื่องมือตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้บริหารขององค์กรและนักวิจัย โดยในอดีตที่ผ่านมาการวัดผลทางการเงินเป็นสิ่งที่ถูกนำมาใช้ประเมินองค์กรอย่างแพร่หลาย (Maltz, Shenher and Reilly. 2003 : 187)

ธีรยุศ วัฒนาศุโข (2556 : เว็บไซต์) กล่าวว่า องค์กรจะขาดการประเมินผลที่เป็นตัวชี้วัดทางการเงินไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลการดำเนินงานสำเร็จรูปที่องค์กรคาดหวังไว้เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของกำไร ต้นทุน ยอดขายต่างๆ เหล่านี้เป็นต้น ดังนั้นองค์กรจะต้องพัฒนาตัวชี้วัดทางการเงินขึ้นมาในการควบคุมการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรเช่นเดียวกัน มิฉะนั้นองค์กรจะไม่สามารถทราบถึงเงินทุนซึ่งเปรียบเสมือนเลือดขององค์กรจะแห้งขอดไปเมื่อไร และสุดท้าย องค์กรสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งทำให้มูลค่าโดยรวมขององค์กรเพิ่มขึ้น เพื่อนำเสนอต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งหมดหรือไม่ เพราะฉะนั้นตัวชี้วัดทางการเงินจึงยังเป็นหลักสำคัญมากที่สุดหลักหนึ่งอยู่ในการประเมินผลและวัดผลการดำเนินงานขององค์กร

พสุ เดชะรินทร์ (2544 : 40) เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารจัดการและ การวัดผลการดำเนินงานมุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) การวัดผลการปฏิบัติงานของกิจการที่แสวงหากำไรจะใช้ผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นหลักที่จะบ่งชี้ว่ากิจการประสบความสำเร็จหรือไม่ เช่น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน รายได้ที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น



ข้อมูลส่วนใหญ่มาจากงบการเงินทั้งงบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด ผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นเครื่องมือหนึ่ง โดยจะบ่งบอกว่ากลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นมาและนำกลยุทธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติ เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการอย่างไร การพิจารณามุมมองทางการเงินจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่

1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) จะพิจารณาและให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของรายได้โดยตรงว่าเพิ่มสูงขึ้นหรือไม่อย่างไร เช่น การเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) การเติบโตของรายได้โดยรวม (Total Revenue Growth) เป็นต้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้จะส่งผลกระทบต่อเจริญเติบโตของกิจการในภาพรวม รวมถึง ความมั่นคงและอยู่รอดได้ในระยะยาว การเพิ่มขึ้นของรายได้สามารถจำแนกออกเป็น 2 สาเหตุ ได้แก่

1.1 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากสายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ (Revenue Growth from New Products or Services) จะพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการเท่าใดเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมทั้งหมดของกิจการ เช่น รายได้ของสายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่คิดเป็นสัดส่วนหรือร้อยละเท่าใดของรายได้รวมทั้งหมด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพทางการตลาดจากผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ที่นำออกสู่ตลาดว่ามีประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของกิจการอย่างไร

1.2 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายใหม่หรือตลาดใหม่ (New Customers or New Markets) จะพิจารณาว่ากิจการมีรายได้จากลูกค้ารายใหม่ หรือตลาดใหม่เท่าไร เมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดของกิจการ เช่น การส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมในตลาดต่างประเทศซึ่งในอดีตลูกค้าเป้าหมายเป็นตลาดบน เป็นต้น โดยการคำนวณหาสัดส่วนร้อยละของรายได้ที่เกิดขึ้นจากตลาดต่างประเทศเปรียบเทียบกับรายได้ทั้งหมดของกิจการ นอกจากนี้ จะต้องพิจารณากำไรที่เกิดจากลูกค้ารายใหม่หรือตลาดใหม่ด้วยว่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละเท่าไรของกำไรทั้งหมดของกิจการ เนื่องจากการวัดผลกำไรจะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการพัฒนาตลาด และลูกค้าใหม่ อย่างไรก็ตามในการเปรียบเทียบรายได้และกำไรที่เกิดจากลูกค้าหรือตลาดใหม่ในต่างประเทศ กิจการควรเปรียบเทียบในรูปของร้อยละมากกว่าจำนวนเงิน เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินอาจมีผลกระทบทำให้สัดส่วนของรายได้และกำไรที่เกิดจากลูกค้าหรือตลาดใหม่ในต่างประเทศเปลี่ยนแปลง

2. การลดของต้นทุน (Cost Reduction) จะพิจารณาและให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานว่ามีผลทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายของกิจการลดลงหรือไม่อย่างไร เช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตและการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งการลดลงของต้นทุนส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการดำเนินงานของกิจการในปัจจุบันและอนาคต การลดของต้นทุนสามารถจำแนกออกเป็น 2 สาเหตุ ได้แก่

2.1 การลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายหลักของกิจการ (Reduction of Major Cost and Expenses) จะมีการนำวิธีการของระบบงบประมาณเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และควบคุมค่าใช้จ่ายโดยอาจจะระบุเป็นจำนวนเงินหรือเป็นร้อยละ เช่น ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาในปี 2549 เท่ากับ 5,000,000 บาท ค่ารับรองคิดเป็นร้อยละ 3 ของรายได้รวมทั้งหมดของกิจการ เป็นต้น ซึ่งการกระทำดังกล่าวสามารถช่วยลดและควบคุมค่าใช้จ่ายหลักของกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้



2.2 การลดต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วย (Reduction of Cost per Unit in Production or Operation) จะพิจารณาระบบต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานและทำการวัดต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วย เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบและควบคุมการผลิตและการดำเนินงาน

3. การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement) จะพิจารณาควบคุมประสิทธิภาพและศักยภาพของพนักงานในการหารายได้โดยเฉลี่ยต่อพนักงาน 1 คน ซึ่งจะใช้ในธุรกิจบริการหรือธุรกิจที่บุคลากรเป็นส่วนประกอบต้นทุนในการดำเนินงานหลักของกิจการ นอกจากนี้ยังมีการวัดในรูปของกำไรโดยเฉลี่ยต่อพนักงาน 1 คน อีกด้วย การวัดทั้งสองรูปแบบจะทำให้กิจการทราบถึงประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของพนักงานในการสร้างรายได้หรือกำไรให้กับกิจการ

4. การใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น (Asset Utilization) จะพิจารณาประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และการลงทุน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และการลงทุนของกิจการ นอกจากนี้ยังสามารถวัดประสิทธิภาพในการลงทุนได้ด้วย เช่น กิจการมีการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการลูกค้าจำนวนมาก ดังนั้นกิจการสามารถวัดประสิทธิภาพของการใช้ประโยชน์จากการลงทุนได้ ดังนี้

4.1 จากจำนวนของเงินลงทุนทั้งหมดว่ามีสัดส่วนที่เหมาะสมหรือไม่

4.2 จากกำไรของกิจการที่เพิ่มขึ้นต่อเงินลงทุนทั้งหมดว่ามีสัดส่วนที่เหมาะสมหรือไม่

4.3 จากกำไรของกิจการที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนมีการเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมและคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่ และควบคุมไม่ให้เกิดการลงทุนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ที่ไม่คุ้มค่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่เป็นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ

มนสิชา อินทจักร (2555 : 4-22) กล่าวว่า การขับเคลื่อนและดำเนินองค์กรต่อไปให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนได้นั้น หากองค์กรมีภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงจนกลายเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรจะทำให้องค์กรเป็นที่ดึงดูดใจแก่ลูกค้ารวมถึงผู้ให้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจซึ่งถือเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อองค์กร โดยเฉพาะการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความโดดเด่น การสร้างการยอมรับจากลูกค้าและสร้างสัมพันธภาพ ที่ดีในระยะยาวแก่ลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ภาพลักษณ์ของชื่อเสียงจึงมีความสำคัญที่สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความน่าเชื่อถือ และศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าได้ ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรต้องคำนึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กำหนดทิศทางให้ชัดเจน มีความเข้าใจงานและบทบาทหน้าที่ สร้างสรรค์ผลงานเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด รวมถึงกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ต้องสร้างให้เกิดการยอมรับและเห็นด้วย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายวิธี เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ การส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร โดยใช้การสื่อสารและช่องทางการสื่อสารที่ทำให้เกิดการรับรู้ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการและลูกค้า และยังเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีตลอดจนทำให้ลูกค้าหรือ



ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีในตัวองค์กร สินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งภาพลักษณ์มีความสำคัญทั้งต่อธุรกิจและลูกค้าเนื่องจากสามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จของกิจการได้

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล (2556 : เว็บไซต์) กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจในมิติด้านคุณค่าในสายตาลูกค้าซึ่งประกอบด้วยการสร้างคุณค่า ด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า ภาพพจน์ ภาพลักษณ์การเป็นที่รู้จักยอมรับ การบริการ การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้ลูกค้า และตลอดไป

Kennedy (1977 : 120-164) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจ เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติทางกายภาพและพฤติกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ เช่น ชื่อของธุรกิจ สถาปัตยกรรม ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ประเพณี อุดมการณ์และความประทับใจของคุณภาพของการติดต่อสื่อสารสามารถสร้างได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

Barich และ Kotler (1991 : 94-104) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจเป็นความประทับใจ ความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งอยู่ในความทรงจำในการมีส่วนร่วมทางการตลาดต่อองค์กรหรือธุรกิจ โดยภาพรวมองค์กรของธุรกิจ ควบคุมหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Edmund และ John (มนสิชา อินทจักร. 2555 : 29 ; อ้างอิงมาจาก Edmund and John. 1998 : 695-702) กล่าวว่า การบริหารจัดการชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นยุทธศาสตร์ในการจัดการทรัพยากรและรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรเพื่อประเมินภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ในการสร้างประสิทธิภาพขององค์กร

Morley (1998 : unpagged) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของธุรกิจเปรียบเสมือนสินทรัพย์อันมีค่าที่ช่วยเอื้อให้องค์กรธุรกิจดำเนินและเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารธุรกิจเพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง

Kotler (2000 : unpagged) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือโดยองค์กรจะต้องมีโครงสร้าง มีระบบการจัดการ มีตราสัญลักษณ์ที่สง่างาม และสร้างศรัทธา ได้ในระยะยาว ตลอดจนมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไปในการสะท้อนภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังรวมไปถึงองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Nguyen และ Leblance (2001 : 227 – 236) กล่าวว่า ระดับของความจงรักภักดีของลูกค้ามีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อมีการรับรู้ของทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กรเป็นอย่างดี อีกทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

Lemmink และคณะ (มนสิชา อินทจักร. 2555 : 28 ; อ้างอิงมาจาก Lemmink and others. 2003 : 1 – 15) กล่าวว่า ประเภทของภาพลักษณ์มีผลในเชิงบวกต่อการนำมาประยุกต์ใช้และการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ

Bartikowski และคณะ (2010 : unpagged) กล่าวว่า ผู้บริหารที่สามารถจัดการองค์กรด้วยวิธีการที่มีประสิทธิภาพ จะนำมาซึ่งชื่อเสียงขององค์กรและการสร้างความจงรักภักดี



จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจบริการที่ต้องมีการพิจารณาผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งที่เป็นผลลัพธ์รายได้ที่เป็นตัวเงินและผลลัพธ์ที่เป็นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ จึงได้กำหนดความหมายของผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจใน 2 ลักษณะ คือ

1. รายได้ที่เป็นตัวการเงิน ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน (Income) หมายถึง ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น สามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักได้ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น และมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

2. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Image) ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ หมายถึง การตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ภาพลักษณ์ ในการบริการ ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ การรักษาและจูงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ และการดึงดูดลูกค้าใหม่มาใช้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

กิตติยา คำสวาสดี (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า (1) การบริการที่เป็นเลิศด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาและด้านลูกค้า (2) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้าน ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้า (3) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (4) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน และด้านลูกค้า (5) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้าน ด้านกระบวนการภายในและด้านเรียนรู้และพัฒนา โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า การบริการที่เป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการบริการให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงาน

น้ำเพชร อยู่สกุล (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะที่สำคัญระหว่างกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีผลการปฏิบัติงานบริการ ดีเลิศ ปานกลาง และต่ำรวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของกลุ่มดีเลิศ ปานกลาง และต่ำ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในปี ค.ศ. 2008 จากผลการศึกษา พบว่าปัจจัยของคุณลักษณะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท



การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันและมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงาน บริการส่งผลต่อความเป็นเลิศในการบริการตามลำดับความสำคัญได้แก่บุคลิกของพนักงาน การทำงาน เป็นที่มรองลงมา ความภาคภูมิใจของพนักงาน ความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ความสามารถในการบริหาร และความพร้อมในการทำงาน ตามลำดับการฝึกอบรมมีอิทธิพลเชิงลบและอายุงานไม่มีผล ต่อการปฏิบัติงาน

พรภักษ์ หนองเป็ด (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความเป็นมืออาชีพในการบริการของ ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) การเรียนรู้ลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกและ ผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพในการบริการ 2) การเรียนรู้คู่แข่ง ความสัมพันธ์เชิงบวกและ ผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพในการบริการ 3) ความสามารถของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวก และผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพในการบริการ 4) การสนับสนุนขององค์กรไม่มีผลกระทบต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ลูกค้า การเรียนรู้คู่แข่ง และความสามารถของพนักงานกับความเป็น มืออาชีพในการบริการ และผลการวิจัยสรุปว่า การเรียนรู้ลูกค้า การเรียนรู้คู่แข่ง และความสามารถ ของพนักงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพในการบริการ ดังนั้น ธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวนี้ ไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการ ดำเนินงานและพัฒนาผลการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนเพิ่มผลกำไร ในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว

ศุภางค์ นันตา (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มี ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจสปามีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับการกลยุทธ์นวัตกรรมบริการโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับการมีภาพลักษณ์ขององค์กร ความเป็นเลิศในการบริการ ประสิทธิภาพในการแข่งขัน โอกาส ทางการตลาด ผลการดำเนินงานของธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การรับรู้ความมีคุณค่าของลูกค้า การตระหนักรู้ความเข้มข้นในการแข่งขันและความสามารถของผู้นำสมัยใหม่โดยรวม อยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยสรุปว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการบริหารงาน โดยเน้นให้องค์กรมีการสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ในการบริการ เจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง และการสร้างการเรียนรู้ ซึ่งสามารถนำไป เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมบริการเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจ ภายใต้ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

มนลธิชา อินทจักร (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กร ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณลักษณะขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้าน ภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของ ลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนทีมงาน การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม ภายนอก โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งธุรกิจ ทุนใน การดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณลักษณะขององค์กร ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความ



เป็นมืออาชีพในการบริการโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน และจากการศึกษายังพบว่า คุณลักษณะขององค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

มันทนา เฟ็งแจ่ม (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารคุณภาพการบริการที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า 1) กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการ ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และพัฒนาและ 3) กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า และผลการวิจัยสรุปว่า กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการที่จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมมีการวางแผนและกำหนดแนวทางการปฏิบัติสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการและปรับปรุงพัฒนาการบริการอยู่เสมอเพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จและแข่งขันได้ต่อไป

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Pun และ White (2005 : 49-71) ได้ศึกษาการวัดผลการดำเนินงานจากการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์พบว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อช่วยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงานและสนับสนุนองค์กรด้านต่างๆทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และช่วยพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้เชื่อมโยงแบบบูรณาการกระบวนการวัดผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์มีหลากหลายด้านเช่นด้านความยืดหยุ่นในการดำเนินงานเกี่ยวกับความเร็วในการให้บริการ ความหลากหลายของสินค้าหรือบริการด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าซึ่งมุ่งเน้นความสามารถในการผลิตสินค้าและประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าด้านนวัตกรรมดำเนินงานโดยที่ธุรกิจควรให้ความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมกระบวนการและพัฒนาทักษะแนวความคิดเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่สู่ตลาดและด้านคุณภาพการบริการด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าจนที่ยอมรับมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า

Neville, Bell และ Menguc (2005 : 1184-1198) ได้ศึกษาความมีชื่อเสียงทางบริษัท ผู้มีส่วนได้เสียและผลประกอบการทางสังคม ผลประกอบการทางการเงินระดับน้อย ความสัมพันธ์เป้าหมายคือ เพื่อการเพิ่มระดับความทำความเข้าใจของบทบาทต่อการมีชื่อเสียงของบริษัททางด้านผลประกอบการทางสังคม (CSP: Corporate Social Performances) และผลการประกอบการทางการเงิน (FP : Financial Performance) ระดับน้อยทางด้านความสัมพันธ์ รวมถึงความต่อเนื่อง การออกแบบ ระเบียบวิธีการ แนวทางปฏิบัติการดำเนินการ ทฤษฎีของผู้มีส่วนได้เสียได้กำหนดการดำเนินการเพื่อปฏิบัติการเพื่อการนำเสนอตัวแบบของบทบาทด้านความมีชื่อเสียงใน



ผลประกอบการทางสังคมต่อบริษัท (Corporate Social Performance: CSP) และผลการประกอบการทางการเงิน (Financial Performance: FP) ระดับทางด้านนัยความสัมพันธ์อย่างไร

Wanga, Wangb และ Zhaoc (2007 : 49-73) ผลกระทบของการมีส่วนร่วมของลูกค้านำมาซึ่งคุณภาพการให้บริการ โดยใช้แบบสำรวจทั้งหมด 185 ชุดจากลูกค้าทั้งหมดในโรงแรมในเมือง Tianjin ประเทศจีน ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย การวิเคราะห์ถดถอย พหุนิยม หรือ Multiple Regression ของผลกระทบจากการจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศ การมีส่วนร่วมในการออกแบบบริการ รวมถึงการสร้างกำหนดมาตรฐาน ปฏิบัติการตอบสนองของลูกค้าพนักงานของบริษัท และ การบอกปากต่อปากของลูกค้าในโรงแรม ผลการวิจัยพบว่าว่ามิติทั้งสี่ด้านของการมีส่วนร่วมของลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการดังกล่าว

Wrigh และคณะ (2006 : 1031 – 1056) ได้ศึกษาประเมินจากการสังเกตของการร่วมมือกันสำหรับการบริการที่เป็นเลิศในระบบบริการของสถานีโทรทัศน์หลายช่อง พบว่าคุณภาพของการบริการ คุณภาพของหุ้นส่วน และคุณภาพของภาพลักษณ์ จะนำไปสู่การดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและหรือความไว้วางใจ สำหรับความไว้วางใจในทางกลับกันทันทีที่มีการยกระดับความสมัครใจของหุ้นส่วนช่องในการร่วมมือ สุดท้ายแล้วจะสามารถมีอำนาจลบล้างศักยภาพของหุ้นส่วนที่อยู่ในระบบการบริการได้

Oncharoen และ Ussahawanitchakit (2008 : 13 – 26) ศึกษาการสร้างความเป็นเลิศขององค์กรและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลกระทบของวัฒนธรรมการบริการ และสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า องค์ประกอบของวัฒนธรรมการบริการ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การสื่อสารอย่างซื่อสัตย์และเปิดเผย การตอบสนองในการบริการ และการกอบกู้การบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความเป็นเลิศขององค์กร และองค์ประกอบของวัฒนธรรมการบริการ และการกอบกู้การบริการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ แต่สภาพแวดล้อมภายนอก ไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นเลิศขององค์กร และผลการดำเนินงานของธุรกิจ รวมถึงการสนับสนุนขององค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตอบสนองในการบริการและการป้องกันความผิดพลาดในการบริการ และการมุ่งเน้นเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริการที่มีคุณภาพสูงและการตอบสนองในการบริการ สำหรับความสามารถของพนักงานมีผลกระทบเชิงบวกกับวัฒนธรรมการบริการ

Lee และ Beeler (2009 :17 - 29) ได้ศึกษาการสำรวจตรวจสอบของ ตัวแปรพยากรณ์ระดับความพึงพอใจและเจตนาสมัครใจ การเชื่อมโยงต่อการจงใจ การมีส่วนร่วมผูกพัน และคุณภาพการให้บริการในเทศบาลของท้องถิ่นผลการศึกษาวินิจฉัยได้ทำการตรวจสอบเกี่ยวกับ ผลน้ำหนักเชิงสัมพันธ์ของแรงกระตุ้นการจงใจ การเกี่ยวโยงสัมพันธ์กัน คุณภาพการให้บริการและประชากรศาสตร์ต่อระดับความพึงพอใจและเจตนาสมัครใจในอนาคต กลุ่มเครื่องมือการวิเคราะห์งานวิจัยคือ Sequential Multiple Regression Analyzes การวิเคราะห์พหุนิยมแบบถดถอยตามสภาวะการณ์ลำดับ การดำเนินการวิจัยเพื่อกำหนดการตัดสินใจการเพิ่มขึ้นของสารสนเทศข้อมูลเกี่ยวกับการจงใจ คุณภาพการให้บริการ และการเกี่ยวโยงสัมพันธ์กันระหว่าง การพยากรณ์ระดับความพึงพอใจและเจตนาสมัครใจในอนาคตต่อการนำเสนอข้อแตกต่างในทางด้านตัวแปรประชากรศาสตร์และผู้เข้าร่วมตามเทศบาลของท้องถิ่น ข้อค้นพบได้มีนำเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจ คุณภาพการให้บริการ และการเกี่ยวโยงสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรพยากรณ์ในระดับนัยสำคัญของความ



พึงพอใจและเจตนาธรรมณาคต คุณภาพการให้บริการคือตัวแปรพยากรณ์ที่เข้มข้นสุดต่อระดับความพึงพอใจ และเจตนาธรรมณาคต ตามมาด้วยการเกี่ยวโยงสัมพันธ์กันและแรงจูงใจ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 225 คน (บริษัท เดอะ เดสติเนชั่น จำกัด. 2555 : เว็บไซต์) เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 144 คน ผู้วิจัยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Margan (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 2.1 จำแนกผู้บริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 2.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามสัดส่วน
- 2.3 ทำการสุ่มตัวอย่างตาม ข้อ 2.2 โดยใช้วิธีเลือกแบบจับสลาก ดังตาราง 1



ตาราง 1 จำนวนประชากร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดของโรงแรม	ประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)
จังหวัดกาฬสินธุ์	3	3	3
จังหวัดขอนแก่น	18	13	13
จังหวัดชัยภูมิ	3	3	3
จังหวัดนครพนม	3	3	3
จังหวัดนครราชสีมา	56	36	34
จังหวัดบึงกาฬ	1	1	1
จังหวัดบุรีรัมย์	6	4	4
จังหวัดมหาสารคาม	5	4	4
จังหวัดมุกดาหาร	4	3	3
จังหวัดยโสธร	5	4	4
จังหวัดร้อยเอ็ด	5	4	4
จังหวัดเลย	11	9	9
จังหวัดสกลนคร	11	9	9
จังหวัดสุรินทร์	7	5	5
จังหวัดศรีสะเกษ	6	4	4
จังหวัดหนองคาย	7	5	5
จังหวัดหนองบัวลำภู	3	3	3
จังหวัดอุดรธานี	14	10	10
จังหวัดอำนาจเจริญ	6	4	4
จังหวัดอุบลราชธานี	25	17	16
รวม	225	144	141

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความ
มุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูล
เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน
และตำแหน่งงานในปัจจุบัน



ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6 ข้อ ลักษณะแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการจัดการฐานข้อมูล 4 ข้อ ด้านการออกแบบบริการ 4 ข้อ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ 4 ข้อ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน 4 ข้อ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ 4 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จำนวน 9 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open End)

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่เป็นเลิศ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลที่การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างแบบสอบถาม จำนวน 5 ตอน โดยพิจารณาให้ครอบคลุมความมุ่งหมาย และกรอบแนวคิดของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ

5. เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย ประกอบด้วย

5.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ปพฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมวิทยกิจ

5.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม

6. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

7. หลังการตรวจสอบคุณภาพเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญแล้ว จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างต่อไป

8. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

8.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - out) กับผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

8.2 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.187 - 0.681 ด้านการออกแบบบริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.426 -



0.716 ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.330 - 0.746 ด้านการจัดการข้อร้องเรียน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.443 - 0.745 และด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.549 - 0.745 ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.379 - 0.817 และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ที่ 0.197 - 0.700 (ตาราง 46 ภาคผนวก ข)

8.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละด้าน ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล มีค่าความเชื่อมั่น 0.783 ด้านการออกแบบบริการ มีค่าความเชื่อมั่น 0.864 ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีค่าความเชื่อมั่น 0.676 ด้านการจัดการข้อร้องเรียน มีค่าความเชื่อมั่น 0.791 และด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ มีค่าความเชื่อมั่น 0.878 ประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม มีค่าความเชื่อมั่น 0.808 และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม มีค่าความเชื่อมั่น 0.686 (ภาคผนวก ข)

9. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. ขออนุญาตจาก คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่างตามรายชื่อ ที่อยู่ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 10 เมษายน 2556 จำนวน 144 ฉบับ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 60 วัน นับจากวันที่ได้รับแบบสอบถาม โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมแบบสอบถาม
4. เมื่อถึงวันที่ 15 มิถุนายน 2556 มีแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 92 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 63.88 ของแบบสอบถามที่ส่งไป จึงติดตามโดยสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ส่งกลับมา เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนกระทั่งวันที่ 10 กรกฎาคม 2556 ได้รับกลับคืนมาอีกเป็นจำนวน 49 ฉบับ
5. รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งสิ้น 141 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.92 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 90 วัน
6. ทำการสำรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งสิ้นจำนวน 141 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ทั้งหมด 141 ฉบับ จึงใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป



การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งเป็นดังนี้

ตอนที่ 1 และ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรม และข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ และผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

ความคิดเห็นมาก กำหนดให้ 4 คะแนน

ความคิดเห็นปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน

ความคิดเห็นน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

ความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้คำนวณหาค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมาก

ตอนที่ 3 การทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ที่มีรูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1 การหาความเที่ยงตรง (Validity)

การหาค่าจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation
 - 2.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยหาค่า Variance Inflation Factor (VIFs)
4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
 - 4.1 F-test (ANOVA)
 - 4.2 t - test
 - 4.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)
 - 4.4 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนกำลังสอง (Sum of Squares)
df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนกำลังสอง (Mean Squares)
p – value	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIF	แทน ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระ (Variance Inflation Factors)
CDM	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการฐานข้อมูล
SD	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการออกแบบบริการ
SO	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ
CH	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน
SI	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ
SEP	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
BP	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
R	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
B	แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ



β	แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน
$S.E._b$	แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ b
$S.E._{est}$	แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
A	แทน ค่าคงที่ในรูปของสมการคะแนนดิบ
t	แทน ค่าสถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t - distribution
F	แทน ค่าสถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ F - distribution

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 5 การทดสอบสหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ในการทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน
- ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	87	61.70
1.2 หญิง	54	38.30
รวม	141	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	18	12.80
2.2 31 - 40 ปี	60	42.60
2.3 41 - 50 ปี	26	18.40
2.4 มากกว่า 50 ปี	37	26.20
รวม	141	100.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	48	34.00
3.2 สมรส	75	53.20
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	18	12.80
รวม	141	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	11.30
4.2 ปริญญาตรี	78	55.30
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	47	33.30
รวม	141	100.00
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 5 ปี	40	28.40
5.2 5 - 7 ปี	30	21.30
5.3 8 - 10 ปี	23	16.30
5.4 มากกว่า 10 ปี	48	34.00
รวม	141	100.00



ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 40,000 บาท	84	59.60
6.2 40,001 – 80,000 บาท	42	29.80
6.3 80,001 – 100,000 บาท	12	8.50
6.4 มากกว่า 100,000 บาท	3	2.10
รวม	141	100.00
7. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
7.1 กรรมการผู้จัดการ	31	22.00
7.2 หัวหน้าผู้จัดการ	16	11.30
7.3 ผู้จัดการ	84	59.60
7.4 อื่น ๆ	10	7.10
รวม	141	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.70) มีอายุ 31 - 40 ปี (ร้อยละ 42.60) รองลงมาคือ มากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 26.20) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 53.20) รองลงมาคือ เป็นโสด (ร้อยละ 34.00) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.30) รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 33.30) มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 34.00) รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 28.40) รายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ 59.60) รองลงมาคือ 40,001-80,000 บาท (ร้อยละ 29.80) ตำแหน่งงานผู้จัดการ (ร้อยละ 59.60) รองลงมาคือ กรรมการผู้จัดการ (ร้อยละ 22.00)



ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และ จำนวนพนักงาน

ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รูปแบบธุรกิจ		
1.1 บริษัทจำกัด	109	77.30
1.2 ห้างหุ้นส่วน	32	22.70
รวม	141	100.00
2. จำนวนทุนในการดำเนินงาน		
2.1 น้อยกว่า 30,000,000 บาท	75	53.20
2.2 30,000,001 – 60,000,000 บาท	43	30.50
2.3 60,000,001 – 90,000,000 บาท	15	10.60
2.4 มากกว่า 90,000,000 บาท	8	5.70
รวม	141	100.00
3. มาตรฐานธุรกิจ		
3.1 ระดับ 3 ดาว	72	51.10
3.2 ระดับ 4 ดาว	57	40.40
3.3 ระดับ 5 ดาว	12	8.50
รวม	141	100.00
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
4.1 น้อยกว่า 5 ปี	25	17.70
4.2 5 – 10 ปี	27	19.10
4.3 11 – 15 ปี	38	27.00
4.4 มากกว่า 15 ปี	51	36.20
รวม	141	100.00



ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. จำนวนห้องพัก		
5.1 น้อยกว่า 100 ห้อง	89	63.10
5.2 101 – 200 ห้อง	42	29.80
5.3 201 – 300 ห้อง	8	5.70
5.4 มากกว่า 300 ห้อง	2	1.40
รวม	141	100.00
6. จำนวนพนักงาน		
6.1 น้อยกว่า 50 คน	81	57.40
6.2 51 – 100 คน	32	22.70
6.3 101 – 150 คน	16	11.30
6.4 มากกว่า 150 คน	12	8.50
รวม	141	100.00

จากตาราง 3 พบว่า รูปแบบธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 77.30) ต้นทุนในการดำเนินงาน มีต้นทุนน้อยกว่า 30,000,000 บาท (ร้อยละ 53.20) รองลงมาคือ 30,000,001 – 60,000,000 บาท (ร้อยละ 30.50) มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว (ร้อยละ 51.10) รองลงมาคือ ระดับ 4 ดาว (ร้อยละ 40.40) ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 36.20) รองลงมาคือ 11 – 15 ปี (ร้อยละ 27.00) มีจำนวนห้องพัก น้อยกว่า 100 (ร้อยละ 63.10) รองลงมาคือ 101 – 200 ห้อง (ร้อยละ 29.80) และมีพนักงานน้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 57.40) รองลงมาคือ 51 – 100 คน (ร้อยละ 22.70)



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตาราง 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ โดยรวมและเป็นรายด้านของธุรกิจโรงแรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการจัดการฐานข้อมูล	3.89	0.42	มาก
2. ด้านการออกแบบบริการ	3.83	0.56	มาก
3. ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	3.82	0.42	มาก
4. ด้านการจัดการข้อร้องเรียน	3.93	0.43	มาก
5. ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	3.93	0.46	มาก
รวม	3.88	0.35	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้
ด้านการจัดการข้อร้องเรียน ($\bar{x} = 3.93$) ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ ($\bar{x} = 3.93$)
ด้านการจัดการฐานข้อมูล ($\bar{x} = 3.89$)



ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูลเป็นรายชื่อของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการจัดการฐานข้อมูล	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ บันทึก จัดการ รวบรวม จัดการแยกข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ และเป็นรูปธรรม เพื่อการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต	3.97	0.61	มาก
2. ธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามาใช้ในการจัดการบริการลูกค้าขององค์กร	3.89	0.66	มาก
3. ธุรกิจส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการนำโปรแกรมมาใช้ในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ	3.91	0.62	มาก
4. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้า	3.80	0.72	มาก
รวม	3.89	0.42	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ด้านการจัดการฐานข้อมูล อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดเก็บบันทึกจัดการรวบรวม จัดการแยกข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม เพื่อการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต ($\bar{x} = 3.97$) ธุรกิจส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการนำโปรแกรมมาใช้ในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ ($\bar{x} = 3.91$) และธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามาใช้ในการจัดการบริการลูกค้าขององค์กร ($\bar{x} = 3.89$)



ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการเป็นรายชื่อของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการออกแบบบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่ม และออกแบบบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.77	0.72	มาก
2. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดรูปแบบการให้บริการเพื่อความสะดวกในการติดต่อของผู้รับบริการและได้ประสบการณ์ตลอดเวลา	3.84	0.71	มาก
3. ธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการกำหนดมาตรฐานให้บริการของพนักงานในองค์กร	3.84	0.81	มาก
4. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานและรูปแบบเว็บไซต์ให้ได้ตามมาตรฐานการให้บริการ	3.90	0.75	มาก
รวม	3.83	0.56	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ด้านการออกแบบบริการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณสมบัติของพนักงาน และรูปแบบเว็บไซต์ให้ได้ตามมาตรฐานการให้บริการ ($\bar{x} = 3.90$) ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดรูปแบบการให้บริการเพื่อความสะดวกในการติดต่อของผู้รับบริการและได้ประสบการณ์ตลอดเวลา และธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการกำหนดมาตรฐานให้บริการของพนักงานในองค์กร ($\bar{x} = 3.84$) และธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่ม และออกแบบบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.77$)



ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ
ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงาน ให้ปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ	3.83	0.73	มาก
2. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการติดตามการบริการของพนักงานให้ได้มาตรฐานบริการอย่างสม่ำเสมอ	3.60	0.60	มาก
3. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น	3.90	0.61	มาก
4. ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเป็นการสร้างแรงจูงใจ โดยการให้รางวัลจากการทำงาน	3.98	0.71	มาก
รวม	3.82	0.42	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเป็นการสร้างแรงจูงใจ โดยการให้รางวัลจากการทำงาน ($\bar{x} = 3.98$) ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น ($\bar{x} = 3.90$) และธุรกิจส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงาน ให้ปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ ($\bar{x} = 3.83$)



ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียนเป็นรายข้อของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการจัดการข้อร้องเรียน	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนของลูกค้าที่หลากหลาย	3.87	0.56	มาก
2. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการบันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้าในการแก้ไขปัญหาทุกช่องทาง	3.79	0.56	มาก
3. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการประเมินข้อร้องเรียนและมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่เสมอ	3.93	0.64	มาก
4. ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพัฒนากิจกรรมให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร	4.13	0.70	มาก
รวม	3.93	0.43	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพัฒนากิจกรรมให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร ($\bar{x} = 4.13$) ธุรกิจให้ความสำคัญกับการประเมินข้อร้องเรียนและมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่เสมอ ($\bar{x} = 3.93$) และธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนของลูกค้าที่หลากหลาย ($\bar{x} = 3.87$)



ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ เป็นรายข้อ
ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ สำหรับลูกค้า	3.90	0.60	มาก
2. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดระบบบริการอย่างมีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร	4.00	0.60	มาก
3. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดมาตรฐานบริการ เพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร	3.89	0.66	มาก
4. ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงการบริการอยู่ตลอดเวลา	3.93	0.64	มาก
รวม	3.93	0.46	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดระบบบริการอย่างมีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (\bar{x} = 4.00) ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงการบริการอยู่ตลอดเวลา (\bar{x} = 3.93) และธุรกิจสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ สำหรับลูกค้า (\bar{x} = 3.90)



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.88	0.63	มาก
2. ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้	3.89	0.77	มาก
3. ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.90	0.61	มาก
4. ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก	3.92	0.69	มาก
5. ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษา ความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง	3.61	0.80	มาก
6. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ ต่อสาธารณชน	3.90	0.61	มาก
7. ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่า และประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ	4.01	0.64	มาก
8. ธุรกิจสามารถรักษาและจงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	3.97	0.67	มาก
9. ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็น จำนวนมาก	4.02	0.62	มาก
รวม	3.90	0.36	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก ($\bar{x} = 4.02$) ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ ($\bar{x} = 4.01$) และธุรกิจสามารถรักษาและจงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.97$)



ตอนที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ในการทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ในการทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมุติฐาน ดังนี้

H_1 : การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H_2 : การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการ มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H_3 : การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H_4 : การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H_5 : การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตาราง 11 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	CDM	SD	SO	CH	SI	BP	VIF
\bar{X}	3.8942	3.8365	3.8269	3.9303	3.9327	3.9006	
S.D.	0.4219	0.5679	0.4210	0.4385	0.4676	0.3663	
CDM	-	0.375**	0.360**	0.321**	0.197**	0.364**	1.287
SD		-	0.571**	0.495**	0.534**	0.235**	1.712
SO			-	0.568**	0.615**	0.543**	1.957
CH				-	0.793**	0.470**	2.947
SI					-	0.526**	3.267

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์โดยรวม ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระการบริการ มีค่าตั้งแต่ 1.287 - 3.267 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black. 2006 : 585)



เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.197 - 0.793 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ แสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย ของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การบริการที่เป็นเลิศ	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.304	0.279	4.680	0.000*
ด้านการจัดการฐานข้อมูล	0.207	0.063	3.296	0.001*
ด้านการออกแบบบริการ	-0.170	0.054	3.135	0.002*
ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	0.300	0.080	3.726	0.000*
ด้านการจัดการข้อร้องเรียน	0.060	0.092	0.649	0.517
ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	0.260	0.091	2.844	0.005*

$R = 0.428$ $Adj R^2 = 0.407$ $S.E._{est} = 0.274$ $F = 20.219$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 พบว่า การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล (CDM) และด้านการออกแบบบริการ (SD) ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (SO) และด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ (SI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 2 3 และ 5 สำหรับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน (CH) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม (BP)

ผู้วิจัยจึงสร้างสมการพยากรณ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.407 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ($S.E._{est}$) เท่ากับ 0.274 ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์การบริการที่เป็นเลิศกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ได้ดังนี้

$$SEP = 1.304 + 0.207CDM - 0.170SD + 0.300SO + 0.260SI$$



ตอนที่ 6 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน

6.1 รูปแบบธุรกิจ

ตาราง 13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน (t-test)

การบริการที่เป็นเลิศ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		t	p - value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการฐานข้อมูล	3.92	0.42	3.83	0.43	0.736	0.463
2. ด้านการออกแบบบริการ	3.83	0.56	3.85	0.49	0.117	0.907
3. ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	3.83	0.43	3.83	0.25	0.006	0.995
4. ด้านการจัดการข้อร้องเรียน	3.97	0.43	3.73	0.33	1.002	0.057
5. ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	3.96	0.48	3.76	0.33	1.472	0.143
การบริการที่เป็นเลิศโดยรวม	3.90	0.36	3.80	0.25	1.018	0.310

จากตาราง 13 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการฐานข้อมูล ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน และด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

6.2 จำนวนทุนในการดำเนินงาน

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)

การบริการที่เป็นเลิศ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.333	3	0.111	0.889	0.449
	ภายในกลุ่ม	17.085	137	0.125		
	รวม	17.417	140			



จากตาราง 14 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

6.3 มาตรฐานธุรกิจ

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีมาตรฐานธุรกิจต่างกัน (ANOVA)

การบริการ ที่เป็นเลิศ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.153	2	0.077	0.613	0.543
	ภายในกลุ่ม	17.264	138	0.125		
	รวม	17.417	140			

จากตาราง 15 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีมาตรฐานธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

6.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)

การบริการ ที่เป็นเลิศ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.851	3	0.284	2.347	0.075
	ภายในกลุ่ม	16.566	137	0.121		
	รวม	17.417	140			

จากตาราง 16 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)



6.5 จำนวนห้องพัก

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนห้องพักแตกต่างกัน (ANOVA)

การบริการ ที่เป็นเลิศ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.518	3	0.173	1.401	0.245
	ภายในกลุ่ม	16.899	137	0.123		
	รวม	17.417	140			

จากตาราง 17 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน
($P > 0.05$)

6.6 จำนวนพนักงาน

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม ที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน (ANOVA)

การบริการ ที่เป็นเลิศ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.160	3	0.053	0.423	0.737
	ภายในกลุ่ม	17.257	137	0.126		
	รวม	17.417	140			

จากตาราง 18 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน
($P > 0.05$)



ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มี รูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงานต่างกัน

7.1 รูปแบบธุรกิจ

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน (t-test)

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วน		t	p - value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.95	0.61	3.93	0.61	0.140	0.889
2. ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้	3.83	0.72	3.86	0.66	0.150	0.881
3. ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.77	0.69	3.71	0.72	0.290	0.770
4. ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก	3.83	0.71	3.79	0.57	0.249	0.804
5. ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง	3.58	0.84	3.29	0.82	1.258	0.211
6. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้าน การบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน	3.94	0.58	3.71	0.72	1.314	0.191
7. ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ	4.06	0.63	3.79	0.57	1.521	0.130
8. ธุรกิจสามารถรักษาและจงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	4.03	0.66	3.36	0.63	3.612	0.000*
9. ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก	4.00	0.64	3.80	0.55	0.000	0.157
ผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม	3.85	0.47	3.86	0.45	0.101	0.920



จากตาราง 19 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมและเป็นรายข้อ ได้แก่ ธุรกิจมี ยอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้ ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$) ส่วนธุรกิจสามารถรักษาและจูงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7.2 จำนวนทุนในการดำเนินงาน

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.307	3	0.102	0.460	0.710
	ภายในกลุ่ม	30.448	137	0.222		
	รวม	30.755	140			

จากตาราง 20 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

7.3 มาตรฐานธุรกิจ

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีมาตรฐานธุรกิจแตกต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.130	2	0.065	0.293	0.746
	ภายในกลุ่ม	30.624	138	0.222		
	รวม	30.755	140			



จากตาราง 21 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีมาตรฐานธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

7.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.889	3	0.296	1.359	0.258
	ภายในกลุ่ม	29.866	137	0.218		
	รวม	30.755	140			

จากตาราง 22 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

7.5 จำนวนห้องพัก

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.658	3	0.219	0.998	0.396
	ภายในกลุ่ม	30.097	137	0.220		
	รวม	30.755	140			

จากตาราง 23 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)



7.6 จำนวนพนักงาน

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p - value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.696	3	0.232	1.057	0.370
	ภายในกลุ่ม	30.059	137	0.219		
	รวม	17.417	140			

จากตาราง 24 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน
5. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพสมรสมากที่สุด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานผู้จัดการ
2. ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่มีรูปแบบเป็นบริษัทจำกัด ต้นทุนในการดำเนินงาน มีน้อยกว่า 30,000,000 บาท มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง และมีพนักงานน้อยกว่า 50 คน



3. ความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำแนกรายด้านพบว่า

3.1 ด้านการจัดการฐานข้อมูล มีความคิดเห็นในระดับมาก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ บันทึก จัดการรวบรวม จัดการแยกข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต รองลงมาคือ ธุรกิจส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการนำโปรแกรมมาใช้ในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ และธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามาใช้ในการจัดการบริการลูกค้าขององค์กร

3.2 ด้านการออกแบบบริการ มีความคิดเห็นในระดับมาก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานและรูปแบบเว็บไซต์ให้ได้ตามมาตรฐานการให้บริการ รองลงมาคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดรูปแบบการให้บริการเพื่อความสะดวกในการติดต่อของผู้รับบริการและได้ประสบการณ์ตลอดเวลา และธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการกำหนดมาตรฐานให้บริการของพนักงานในองค์กร และธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่ม และออกแบบบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

3.3 ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีความคิดเห็นในระดับมาก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเป็นการสร้างแรงจูงใจ โดยการให้รางวัลจากการทำงาน รองลงมาคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ที่มีต่อองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น และธุรกิจส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการ

3.4 ด้านการจัดการข้อร้องเรียน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพัฒนากลยุทธ์การให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร รองลงมาคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการประเมินข้อร้องเรียนและมุ่งเน้นการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่เสมอ และธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนของลูกค้าที่หลากหลาย

3.5 ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดระบบบริการอย่างมีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร รองลงมาคือ ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงการบริการอยู่ตลอดเวลา และธุรกิจสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ สำหรับลูกค้า

4. ความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการบริการ ธุรกิจสามารถรักษาและจงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน ธุรกิจมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้ ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษา



5. ผลการทดสอบผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล (CDM) และด้านการออกแบบบริการ (SD) ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ (SO) และด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ (SI) มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 3 และ 5 สำหรับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน (CH) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมโดยรวม (BP)

6. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน พบว่า รูปแบบบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานน้อยกว่า 30,000,000 บาท 30,000,000 - 60,000,000 บาท 60,000,001 - 90,000,000 บาท และมากกว่า 90,000,000 บาท มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

6.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีมาตรฐานธุรกิจต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีมาตรฐานธุรกิจระดับ 3 ดาว ระดับ 4 ดาว และระดับ 5 ดาว มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

6.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปี 5 - 10 ปี 11 - 15 ปี และมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

6.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง 100 - 200 ห้อง 201 - 300 ห้อง และมากกว่า 300 ห้อง มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

6.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน 50 - 100 คน 101 - 150 คน และมากกว่า 150 คน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ จำนวนห้องพัก และจำนวนพนักงานต่างกัน



7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน พบว่า รูปแบบบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนทุนในการดำเนินงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมจำนวนทุนในการดำเนินงานน้อยกว่า 30,000,000 บาท 30,000,000 - 60,000,000 บาท 60,000,001 - 90,000,000 บาท และมากกว่า 90,000,000 บาท มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีมาตรฐานธุรกิจต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีมาตรฐานธุรกิจระดับ 3 ดาว ระดับ 4 ดาว และระดับ 5 ดาว มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปี 5 - 10 ปี 11 - 15 ปี และมากกว่า 15 ปี มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนห้องพักต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง 100 - 200 ห้อง 201-300 ห้อง และมากกว่า 300 ห้อง มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

7.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงานต่างกัน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน 50 - 100 คน 101 - 150 คน และมากกว่า 150 คน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ ด้านการจัดการฐานข้อมูล ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ เนื่องจากการบริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจในอนาคต เป็นการสะท้อนถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจในรูปแบบของผลกำไร ความชื่นชมของสังคม และเกิดแบรนด์ขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีและมีมูลค่าอันเป็นสิ่งยากที่องค์กรอื่นๆ จะตามทัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา คำสวัสดิ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า



(1) การบริการที่เป็นเลิศด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาและด้านลูกค้า (2) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้านด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้า (3) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (4) การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภางค์ นันทา (2555 : 129) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจสปามีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีภาพลักษณ์ขององค์กร ความเป็นเลิศในการบริการ ประสิทธิภาพในการแข่งขัน และโอกาสทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายชื่อ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภาพลักษณ์ขององค์กรเช่น กิจกรรมได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากลูกค้าในด้านการบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอเป็นต้น ความเป็นเลิศในการบริการ เช่น กิจกรรมมีการดำเนินงานที่สอดคล้องและเป็นไปตามมาตรฐานการบริการที่รับรองได้เป็นต้น ประสิทธิภาพในการแข่งขัน เช่น กิจกรรมมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้เป็นอย่างดี เป็นต้น และ โอกาสทางการตลาด เช่น กิจกรรมสามารถรักษารฐานลูกค้าเก่าโดยจงใจลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เป็นต้น และสอดคล้องกับ

2. ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากและรายชื่ออยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้ ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจ มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน ธุรกิจสามารถรักษาและจงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เนื่องจากในการดำเนินงานต่างๆ จะต้องมีการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพในงานที่ทำ และจะสร้างความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศุภางค์ นันทา (2555 : 42) ได้ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปามีความคิดเห็นด้วยกับผลการดำเนินงานของธุรกิจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ กิจกรรมมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงในด้านคุณภาพการบริการที่ดีจนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้า กิจกรรมมีผลการดำเนินงานโดยรวมเป็นไปตามเป้าหมาย และ กิจกรรมได้รับการยอมรับว่าเป็นกิจการที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิชา อินทจักร (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กร ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจสปาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ กิจกรรมมุ่งสร้างสรรค์คุณภาพและบริการที่ดีอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า กิจกรรมมีการนำเสนอความสะดวกในการใช้บริการแก่ลูกค้าดีเยี่ยม กิจกรรมมุ่งมั่นสร้างการบริการที่มีมาตรฐานในการส่งมอบการบริการต่อลูกค้า และกิจกรรมมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริการที่



ลูกค้าให้กับพนักงานทุกคน และจากการศึกษายังพบว่า คุณลักษณะขององค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Neville, Bell และ Menguc (2005) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งทั้งต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านภาพลักษณ์ต่อลูกค้าและสังคม จึงกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของมัทนา เพ็งแจ่ม (2554 : 96) กล่าวว่า กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการ โดยรวมด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร โดยรวมด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม กล่าวคือการมีส่วนร่วมของพนักงานนั้น ซึ่งจะช่วยให้งานมีการมีกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งสร้างจิตสำนึกและค่านิยมร่วมและความรักในงานด้านบริการซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถปรับปรุงคุณภาพการบริการอยู่เสมออันจะทำให้ธุรกิจโรงแรมสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ดึงดูดใจให้ลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง รวมถึงการจูงใจให้ลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งถือเป็นความสำเร็จขององค์กรอย่างสูง และสอดคล้องกับแนวคิดของคิวดล พัฒนาจักร (2554 : 36 - 37) กล่าวว่า ใน การประกอบธุรกิจ ผลการดำเนินงาน เป็นตัวชี้วัดการกระทำที่ผ่านมารอบรอบการปฏิบัติงานขององค์กรและยังส่งผลดีเมื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมโดยสามารถนำไปปรับได้ ทั้งกลยุทธ์ กระบวนการทำงาน การบริหารจัดการ และเป็นเครื่องมือ ในการวางแผนในอนาคต เพื่อเป็นการแสดงถึงผลการปฏิบัติงานและกระบวนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดต่างๆ และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thipsri และ Ussahawanitchakit (2009 : 13-14) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและ ผลการดำเนินงานด้านการตลาด

3. การบริการที่เป็นเลิศ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพนอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้วยังจะเพิ่มประโยชน์ให้กับลูกค้าด้วย ซึ่งธุรกิจในปัจจุบันไม่ได้มีการแข่งขันเฉพาะสินค้าเพียงอย่างเดียว การบริการก็เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภางค์ นันตา (2555 : 42) ได้ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย ได้เสนอว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งด้านรายได้และด้านภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธุรกิจเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนมาจากความเป็นเลิศในการบริการ ดังนั้นความเป็นเลิศในการบริการ จึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งด้านผลกำไรและภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธุรกิจ ความเป็นเลิศในการบริการสามารถสร้างตลาดภายในที่แข็งแกร่ง รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โศภากุล (2549 : 5) ที่กล่าวว่า การบริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจในอนาคต เป็นการสะท้อนถึงผลลัพธ์ของธุรกิจในรูปแบบของผลกำไร ความชื่นชมของสังคม และเกิดแบรนด์ขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีและมีมูลค่า อันจะเป็นสิ่งยากที่องค์กรอื่นๆ จะตามทัน ดังนั้นในธุรกิจบริการ หากองค์กรใดสามารถสร้างบริการที่โดดเด่นและแตกต่าง สร้างความผูกพันในการใช้บริการในระยะยาว และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lee และ Beeler (2009) ได้ศึกษา



ผลกระทบของตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การจูงใจ การสร้างปฏิสัมพันธ์ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า การจูงใจ การสร้างปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพการบริการมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต อีกทั้งสอดคล้องกับ Wang, Wang และ Zhao (2007) ระบุว่าความเป็นเลิศในการบริการจะก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จนก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริการในที่สุด

4. การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจาก การบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บ บันทึก รวบรวม จัดกลุ่ม แยกแยะข้อมูล และนำข้อมูลลูกค้าออกมาใช้งานตามวัตถุประสงค์ โดยมีการนำซอฟต์แวร์มาช่วยในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อตอบสนองต่อการใช้โปรแกรมประยุกต์อย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา คำสวัสดิ์ (2552 : 126) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า การจัดการฐานข้อมูลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้า เนื่องจาก การให้ความสำคัญในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบริการ เพราะจะได้ทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มว่าต้องการอะไรและออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า สอดคล้องกับแนวความคิดของพิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2549 : 48-114) ที่กล่าวว่า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า นั้น เหตุผลในการที่ต้องมีการจัดการฐานข้อมูล (Customer Database Management) คือ เพื่อให้โรงแรมสามารถคิดและเสนอรูปแบบบริการใหม่ ๆ ที่แตกต่างไม่เหมือนคนอื่นเพื่อให้ลูกค้าผูกพันกับโรงแรม และเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้ใช้บริการอยู่กับโรงแรมตลอดไป

5. การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการออกแบบบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจาก หากธุรกิจโรงแรมมีการนำข้อมูลลูกค้าที่สำคัญที่ได้จากการจัดการฐานข้อมูลมาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องตามความต้องการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการ คือ มาตรฐานการบริการที่โรงแรมจะใช้เป็นมาตรฐานในการให้พนักงานปฏิบัติตาม ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของกิตติยา คำสวัสดิ์ (2552 : 126) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า การบริการที่เป็นเลิศด้านการออกแบบบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้า เนื่องจาก ธุรกิจที่มีการออกแบบบริการที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงาน ที่ดี เมื่อธุรกิจได้รับผลกำไรจะสามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนเองให้มีความเป็นเลิศ ยิ่ง ๆ ขึ้นไปได้ สอดคล้องกับภรภัทร์ หนองเป็ด (2554 : 13) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันโรงแรมได้มีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตลอดจนพัฒนารูปแบบการบริการให้ได้ตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ ผลการดำเนินงานของธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้



6. การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจาก หากธุรกิจโรงแรมมีการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีการนำมาตรฐานการบริการที่กำหนดไว้ไปดำเนินการส่งมอบการบริการให้กับลูกค้า จะทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของกิตติยา คำสาสดี (2552 : 126 - 127) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า การบริการที่เป็นเลิศด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการเป็นสิ่งที่จะต้องตระหนักเพื่อสนองต่อความต้องการและความคาดหวังที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการเป็นการช่วยให้ระดับการบริการมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ พัฒนาความรู้ที่มีอยู่เดิมให้เพิ่มพูนขึ้นก็เพื่อที่จะให้เกิดทักษะความเชี่ยวชาญ เจตคติที่ดีต่อการให้บริการ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เป็นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของศุภางค์ นันดา (2555 : 11) ที่กล่าวว่า การสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการและให้มีความคุ้มค่า คุ่มราคาเหนือกว่าคู่แข่ง การสร้างบริการเกินความคาดหมาย โดยอาศัยทักษะประสบการณ์การปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอยากกลับเข้ามาใช้บริการอีกในที่สุด

7. การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจาก หากธุรกิจโรงแรมมีการปรับปรุงมาตรฐานการบริการให้สูงมากกว่าความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า การรับคำร้องเรียน การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจหลังการได้รับบริการ และจะทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของกิตติยา คำสาสดี (2552 : 126-127) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า การบริการที่เป็นเลิศด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากการบริการควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สร้างสมรรถนะ การดำเนินงานภายในให้มีระดับที่สูงขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของพิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2549 : 48-114) ที่กล่าวว่า ในการปรับปรุงมาตรฐาน การบริการให้สูงขึ้นนั้น เป็นเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการคิดวางแผนนำสู่การปฏิบัติที่ควรใช้ ปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง โรงแรมจึงจำเป็นต้องวัดผลออกมาว่าความ พึงพอใจของลูกค้าเป็นเท่าไรในแต่ละช่วงเวลา หรือในปัจจุบัน ซึ่งการวัดความพึงพอใจลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อทราบระดับความพึงพอใจว่าอยู่ในระดับที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ สูงหรือต่ำกว่าในอดีต โดยอาจทำการสำรวจและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นช่วงเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา อุ่นเจริญ (2549 : 151) พบว่า การดำเนินธุรกิจจะต้องมีผู้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาปรับปรุงการบริการรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ ประสิทธิภาพของการบริการจะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบที่สำคัญสองส่วนคือ พนักงานบริการและระบบบริการ ธุรกิจจึงต้องพัฒนาทั้งระบบการให้บริการไปพร้อมกับ



พัฒนาพนักงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของการบริการให้เต็มที่ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

8. การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร วิษณุภูมิมาชัย (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่มีต่องานบริการผลการวิจัย พบว่า ข้อร้องเรียนของลูกค้าเป็นสิ่งที่องค์กรจะละเลยมิได้ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าเกิดขึ้นและองค์กรให้ความสนใจและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและทำการศึกษาก่อนให้เกิดเป็นประโยชน์แก่องค์กร ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เกิดความจงรักภักดี ช่วยปกป้องธุรกิจทำให้องค์กรสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น เกิดการบอกต่อของลูกค้าในทางบวกและสามารถลดค่าใช้จ่ายทางด้านส่งเสริมการตลาดให้แก่องค์กรได้ และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของพิสิทธิ์ พิพัฒน์โสภากุล (2549 : 89) ได้กล่าวว่า ข้อร้องเรียนของลูกค้าเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการออกแบบบริการให้ดีขึ้น ๆ ไป ข้อร้องเรียนที่ได้ทำการได้แก้ไขจะทำให้เกิดประโยชน์ที่แท้จริงแก่องค์กร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาในบริบทของธุรกิจโรงแรม พบว่า การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน ไม่ส่งผลกระทบกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจเกิดจากธุรกิจโรงแรมไม่มีการดำเนินการใด ๆ ต่อข้อร้องเรียน จึงทำให้ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ซึ่งหากมีการศึกษาวิจัยกับธุรกิจอื่น อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้นได้

9. ความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในการบริการที่เป็นเลิศไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bates, Bates และ Johnston (2003) พบว่า ทั้งในธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็กสามารถสร้างความเป็นเลิศในการบริการหรือมีการบริการที่ดีด้วยคุณภาพได้ไม่แตกต่างกัน โดยที่ขนาดธุรกิจไม่มีผลต่อความเป็นเลิศในการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภางค์ นันตา (2555 : 43) ได้กล่าวว่า ความเป็นเลิศในการบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนพนักงานแต่ขึ้นอยู่กับทีมงานที่เข้มแข็งของธุรกิจ

10. ความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน มาตรฐานธุรกิจ จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิชา อินทจักร (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ นำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กร ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีที่ตั้งของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลา ในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดี และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และจากการศึกษาวิจัยพบว่า คุณลักษณะขององค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ นำเที่ยวในประเทศไทย



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการฐานข้อมูล ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถสร้างการบริการที่เป็นเลิศและมีศักยภาพเหนือกว่าคู่แข่ง

1.2 ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งด้านรายได้ที่เป็นตัวเงินและด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรและสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมในการกำหนดกลยุทธ์ กระบวนการทำงาน การบริหารจัดการ และเป็นเครื่องมือในการวางแผนในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

1.3 แม้ว่าการวิจัยครั้งนี้ การบริการที่เป็นเลิศ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน จะไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำเอาข้อร้องเรียนของลูกค้ามาทำการแก้ไข เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและป้องกันมิให้เกิดปัญหากับลูกค้าซ้ำอีก รวมทั้งการนำเอาข้อมูลมาบริหารจัดการเพื่อปรับปรุงระบบการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.4 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคเพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปรับปรุงการบริการของธุรกิจได้ตรงประเด็นและเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจประเภทอื่น เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจสปา และธุรกิจการบิน เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงการบริการที่เป็นเลิศและผลการดำเนินงานของธุรกิจที่หลากหลายมุมมอง

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศในด้านอื่นๆ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบ และหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการบริการให้สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

2.3 ควรศึกษาผลกระทบและปัจจัยด้านอื่นที่มีต่อการสร้างบริการที่เป็นเลิศ เช่น ด้านพนักงาน ด้านโปรแกรมซอฟต์แวร์ ด้านมาตรฐานการทำงาน และด้านวัฒนธรรมการบริการ เป็นต้น

2.4 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม เช่น พนักงานของธุรกิจ หรือลูกค้าของธุรกิจ เป็นต้น



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กมลเสถียร สันติเวชชกุล. ผู้บริหารด้านการเงินสูตร 1. กรุงเทพฯ : บุ๊คเน็ต, 2549.
“การบริการที่เป็นเลิศ” 2556 ก. <<http://123.242.186.90/uttkm/servicemind>>
16 มกราคม 2556.
“การบริการที่เป็นเลิศ” 2556 ข. <<http://www.ihotelguru.com/index.hp?option=com>>
30 มกราคม 2556.
“การบริการที่เป็นเลิศ,” Conference & Seminar Professional. 2556 ค.
<<http://www.csp-th.com/board/index.php?board>> 1 มีนาคม 2556.
กิ่งพร ทองใบ. กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.
กิตติยา คำสวาสดี. ผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2552.
กันยารัตน์ โกมลโกลก และคณะ. แผนธุรกิจโรงแรมศิริราชมัย บูทีค โฮเทล. การศึกษาค้นคว้า
ด้วยตนเอง บธ.ม. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.
โกศล ดีศีลธรรม. เครื่องมือประเมินวัดผลการดำเนินงานยุคใหม่. 2556.
<<http://www.thailandindustry.com/guru/view.php?id>> 16 มกราคม 2556.
แคทลียา ซาปะวัง. ผลกระทบของการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดและนวัตกรรมที่มีต่อ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.
จารุวรรณ บุตรสุวรรณ. ผลกระทบของการเรียนรู้ขององค์กรและการสนับสนุนขององค์กรที่มีต่อ
ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
จุฬารัตน์ ชันแก้ว. ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลงและการถ่ายโอนความรู้
ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. การบริหารด้วยตัวชี้วัดความสำเร็จของผลงาน Performance Based
Management. 2555. <<http://www.mga.co.th/viewmarketing.php?id=46>>
20 ธันวาคม 2555.
ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ Service Marketing. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 8.
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2550.
दनัย เทียนพุด. นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.
ธารีทิพย์ ทากิ. การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์. การโรงแรมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548.
———. การโรงแรมเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,
2549.



- นันทนา อุ่นเจริญ. การสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย : ผลกระทบของประสิทธิภาพของผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549.
- น้ำเพชร อยู่สกุล. ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ รพ.ด. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2553.
- บริษัท เดอะ เดสติเนชั่น จำกัด. โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2555. <<http://ido24.org/sara-d-d.com>> 19 กันยายน 2555.
- บริษัท พัฒนกิจ บัญชี ภาษาและการฝึกอบรม จำกัด. 7 วิธีเพื่อการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ. 2556. <<http://www.pattanakit.net/>> 19 มกราคม 2556.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.
- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559. 2555. <http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf> 2 กรกฎาคม 2555.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. Balanced Scorecard กับกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : Be Bright Book, 2547.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โสภากุล. เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
- “พระราชบัญญัติโรงแรม พุทธศักราช 2547,” 2547. <<http://www.thailandlawyercenter.com/index.php>> 30 ตุลาคม 2555.
- พสุ เดชะรินทร์. เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- . Balanced Scorecard กับการเน้นกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พรภักษ์ หนองเป็ด. ความเป็นมืออาชีพในการบริการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2554.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. การจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยวหน่วย 1 – 7. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2550. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.
- . การจัดการโรงแรมและเทคนิคในการบริหารในโรงแรม ในเอกสารประกอบการสอน หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 4. 1 – 7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- . เอกสารการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ ชุดวิชาโรงเรียนกับชุมชน หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 12. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. การบริการที่เป็นเลิศ. 2556. <<http://www.psu.ac.th/node/4962>> 1 มีนาคม 2556.



- มนสิชา อินทจักร. **ผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ
นำเที่ยวในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ ปร.ด. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2555.
- มาฆะ ชิตตะสังคะ. **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและเทคนิคการบริหารโรงแรม.**
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547.
- มันทนา เพ็งแจ่ม. **ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการที่มีต่อความสำเร็จของ
องค์กรธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2554.
- มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. **การจัดการมาตรฐาน
โรงแรมในประเทศไทย.** 2555. <<http://www.tat.or.th>> 30 มีนาคม 2555.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. **การโรงแรม.** 2555. <<http://th.wikipedia.org/wiki>>
29 กันยายน 2555.
- วิชัย ปิติเจริญธรรม. **การบริการด้วยหัวใจ.** กรุงเทพฯ : บั๊คแบงก์, 2548.
- วุฒิชัย สิทธิมาลากร. “การศึกษาอิทธิพลการตลาดภายในที่มุ่งเน้นพนักงานเป็นศูนย์กลางต่อ
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน,” วารสารพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์.
3(1) : 1-14, 2550.
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ และคณะ. **การวางแผนกลยุทธ์ : ศิลปะการกำหนดแผนองค์การ
สู่ความเป็นเลิศ.** กรุงเทพฯ : อินโนกราฟฟิกส์, 2548.
- วรรณรัตน์ วัฒนานิมิตกุล. “การใช้ Balance Scorecard ในการบริหารงานเพื่อการพัฒนา
มหาวิทยาลัย,” การประชุมทางวิชาการ สอ. ในประเทศไทย ครั้งที่ 11. 2.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม, 2547.
- ศิริพร วิษณุหมิมาชัย. **การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่มีต่องานบริการ.** 2556.
<http://mkpayap.payap.ac.th/Contents/article_Nukk/complaint_pyu.doc>
18 กุมภาพันธ์ 2556.
- ศิวดล พัฒนาจักร. **ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ
โรงแรมในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2554.
- ศุภางค์ นันตา. **ผลกระทบของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา
ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ ปร.ด. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2555.
- สมิต สัจฉกร. **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สายธาร,
2554.
- สิทธิศักดิ์ พฤษชัยปิติกุล. **การบริหารกลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์ขององค์กรด้วยวิธี Balanced
Scorecard.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี, 2547.
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. **ความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม.** กรุงเทพฯ : ฮิวแมน เออแมน เออริเทจ,
2547.



- Albrecht, K. **At America's Service**. Dow Jones-Irwin : Homewood II, 1988.
- Barich, H. and P. Kotler. "A Framework for Marketing Image Management," **Sloan Management Review**. 32(2) : 94-104, 1991.
- Bartikowski and others. "Culture and age as Moderators in the Corporate Reputation and Loyalty Relationship," **Journal of Business Research**. 64(9) : 966-972 ; September, 2011.
- Bates, K., H. Bates and R. Johnston. "Linking service to Profit : the Business Case for Service excellence," **International Journal of Service Industry Management**. 14(2) : 173 – 183, 2003.
- Black, k. **Business Statistic for Contemporary Decision Making**. 4th ed. New York : Wiley & Son, 2006.
- Edmund and John. "Managing Corporate Image and Corporate Reputation," **Long Range Planning**. 31 : 695-702, 1998.
- Evans, James R. and William M. Lindsay. **The Management and Control of Quality**. 8th ed. Ohio : Thomson Learning, 2002.
- Kennedy, S.H. "Nurturing Corporate Image," **European Journal of Marketing**. 11(3) : 120 – 164, 1977.
- Kotler, P. **Marketing Management**. New York : Prentice Hall International, 2000.
- Lee, J. and C. Beeler. "An Investigation of Predictors of Satisfaction and Future Intention : Links To Motivation, Involvement and Service Quality in a Local Festival," **Event Management**. 13(1) : 17-29, 2009.
- Lemmink and others. "The Role of Corporate Image and Company Employment Image in Explaining Application Intentions," **Journal of Economic Psychology**. 24(1) : 1 – 15 ; February, 2003.
- Maltz, A. C., A. J. Shenhar and R. R. Reilly. "Beyond the Balanced Scorecard : Refining The Search For Organisational Success Measures," **Long Range Planning**. 36(2) : 187-204, 2003.
- Morley, L. **How to Manage Your Global Reputation : a Guide the the Dynamics of International Public Relations**. Hampshire and London : Macmillan Press, 1998.
- Neville, A., B., S. J. Bell and B. Menguc. "Corporate Reputation, Stakeholders and The Social Performance-Financial Performance Relationship," **European Journal of Marketing**. 39(9/10) : 1184-1198, 2005.
- Nguyen, N. and G. Leblanc. "Corporate Image and Corporate Reputation in Customers Etention Decisions in Services," **Journal of Retailing and Consumer Services**. 8(4) : 227-236 ; July, 2001.



- Ooncharoen, N. and P. Ussahawanitchakit. "Building Organizational Excellence and Business Performance of Hotel Business in Thailand : Effects of Service Culture and Organizational Characteristic," **International Journal of Business Research.** 8(3) : 13-26, 2008.
- . "Building Organizational Excellence and Business Performance of Hotel Business in Thailand: Effects of Service Culture and Organizational Characteristic," **International Journal of Business Research.** 8(3) : 13-26, 2009.
- Pun, Kit Fai and Anthony Sydney White. "A Performance Measurement Paradigm for Integrating Strategy Formulation : A Review of Systems and Framework," **International Journal of Management Reviews.** 7(1) : 49-71, 2005.
- Storey C. Kelly and T. David "Measuring the Performance of New Service Development Activities : An Exploratory Study," **Service Industries Journal.** 21(2) : 71-90, 2001.
- Thipsri, N. and P. Ussahawanitchakit. "An Empirical Assessment of NPD Strategies of Thai Electronics Business : How do the Strategies Affect Market Outcomes?," **International Journal of Business Strategy.** 9(2) : 69 – 90 : November, 2009.
- Yoon, Y. and M. Uysal. "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : a Structural Model," **Tourism Management.** 26(1) : 45-56, 2005.
- Wright, P. M. and A. R. Noe. "Management of Organization," **Journal of Organization Behavior.** 8(1) : 49-73, 2002.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ
โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ
 - ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ
 - ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
2. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับ และการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น
4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปการวิจัย โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามฉบับนี้ () ต้องการ () ไม่ต้องการ
5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามฉบับนี้ โปรดติดต่อ
ข้าพเจ้า นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เลขที่ 319 ถนนไทยพันทา ตำบลโพธิ์
อำเภอมือเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โทรศัพท์ 08 -88072 - 9782 หรือ E-mail : bsorn@hotmail.com
ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม ขอบขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

นางบัวสอน พวงสวัสดิ์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ตอนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (√) หน้าคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 30 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

() หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

() น้อยกว่า 5 ปี

() 5 - 7 ปี

() 8 - 10 ปี

() มากกว่า 10 ปี

6. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่า 40,000 บาท

() 40,000 - 80,000 บาท

() 80,001 - 100,000 บาท

() มากกว่า 100,000 บาท

7. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

() กรรมการผู้จัดการ

() หัวหน้าผู้จัดการ

() ผู้จัดการ

() อื่น ๆ



ตอนที่ 2

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก

1. รูปแบบธุรกิจ

() บริษัทจำกัด () ห้างหุ้นส่วน

2. จำนวนทุนในการดำเนินงาน

() น้อยกว่า 30,000,000 บาท () 30,000,000 – 60,000,000 บาท
() 60,000,0001 – 90,000,000บาท () มากกว่า 90,000,000 บาท

3. มาตรฐานธุรกิจ

() ระดับ 3 ดาว () ระดับ 4 ดาว
() ระดับ 5 ดาว

4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

() น้อยกว่า 5 ปี () 5 – 10 ปี
() 11 – 15 ปี () มากกว่า 15 ปี

5. จำนวนห้องพัก

() น้อยกว่า 100 ห้อง () 100 – 200 ห้อง
() 201 – 300 ห้อง () มากกว่า 300 ห้อง

6. จำนวนพนักงาน

() น้อยกว่า 50 คน () 50 – 100 คน
() 101 – 150 คน () มากกว่า 150 คน



ตอนที่ 3

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (√) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น เพื่อแสดงความคิดเห็นมากหรือน้อยเพียงใดกับข้อความข้างล่างนี้

การบริการที่เป็นเลิศ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการจัดการฐานข้อมูล					
1. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ บันทึก จัดการรวบรวมจัดการแยกข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม เพื่อการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต					
2. ธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามาใช้ในการจัดการบริการลูกค้าขององค์กร					
3. ธุรกิจส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการนำโปรแกรมมาใช้ในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ					
4. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้า					
ด้านการออกแบบบริการ					
5. ธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
6. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดรูปแบบการให้บริการเพื่อความสะดวกในการติดต่อของผู้รับบริการและได้ประสบการณ์ตลอดเวลา					
7. ธุรกิจมุ่งเน้นให้มีการกำหนดมาตรฐานให้บริการของพนักงานในองค์กร					
8. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานและรูปแบบเว็บไซต์ให้ได้ตามมาตรฐานการให้บริการ					
ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ					
9. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมพนักงาน ให้ปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการ					



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ต่อ)

การบริการที่เป็นเลิศ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการติดตามการบริการของพนักงานให้ได้มาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอ					
11. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น					
12. ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเป็นการสร้างแรงจูงใจ โดยการให้รางวัลจากการทำงาน					
ด้านการจัดการข้อร้องเรียน					
13. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดช่องทางการรับข้อร้องเรียนของลูกค้าที่หลากหลาย					
14. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการบันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้าในการแก้ไขปัญหาทุกช่องทาง					
15. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการประเมินข้อร้องเรียนและมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่เสมอ					
16. ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพัฒนากลยุทธ์การให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร					
ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ					
17. ธุรกิจสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ๆ สำหรับลูกค้า					
18. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการจัดระบบบริการอย่างมีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร					
19. ธุรกิจส่งเสริมให้มีการกำหนดมาตรฐานการบริการเพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร					
20. ธุรกิจมุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการบริการอยู่ตลอดเวลา					



ตอนที่ 4

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น เพื่อแสดงความคิดเห็นมากหรือน้อยเพียงใดกับข้อความข้างล่างนี้

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
2. ธุรกิจสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการได้					
3. ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
4. ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก					
5. ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและรักษาความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง					
6. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ในด้านการบริการที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน					
7. ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการสร้างคุณค่าและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านการบริการ					
8. ธุรกิจสามารถรักษาและจูงใจลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ					
9. ธุรกิจสามารถดึงดูดใจลูกค้าใหม่มาใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก					

ตอนที่ 5

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



ภาคผนวก ข
คำอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม



ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. การบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม		
1.1 ด้านการจัดการฐานข้อมูล		
1	0.365	
2	0.187	
3	0.225	
4	0.681	
โดยรวม	-	0.783
1.2 ด้านการออกแบบบริการ		
5	0.426	
6	0.716	
7	0.615	
8	0.618	
โดยรวม	-	0.864
1.3 ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ		
9	0.636	
10	0.345	
11	0.330	
12	0.746	
โดยรวม	-	0.676
1.4 ด้านการจัดการข้อร้องเรียน		
13	0.443	
14	0.448	
15	0.745	
16	0.629	
โดยรวม	-	0.791
1.5 ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ		
17	0.621	
18	0.549	
19	0.707	
20	0.745	
โดยรวม	-	0.878



ค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม (ต่อ)

ชื่อที่	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม		
1	0.567	
2	0.197	
3	0.312	
4	0.541	
5	0.386	
6	0.545	
7	0.654	
8	0.700	
9	0.629	
โดยรวม	-	0.686



ภาคผนวก ค
หนังสือขอความอนุเคราะห์





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ... คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม สำนักบัณฑิตศึกษา โทร. ๐-๔๓๙๗-๐๗๖๓

ที่ ศธ.๐๕๓๐.๑๗(๒)/๒๐๖ วันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๖

เรื่อง... ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ (คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ)

ด้วย นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต

๕๑๐๑๑๐๘๐๐๐๖ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นิสิตเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถามและให้ความคิดเห็น เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามต่อไป ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ หมายเลขติดต่อ ๐๘ ๑๙๗๖ ๐๘๗๒ อีเมลล์ bsorn@hotmail.com เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน ๑ ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ภู่วัฒน์วิบูลย์)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม





ที่ ศธ ๐๕๓๐.๑๗(๒)/ ๒๐๒

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
๕๕๐๐๐

๑๐ เมษายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการโรงแรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต ๕๑๐๑๑๐๘๐๐๖ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ในการนี้ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย คณะฯ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านกรอกแบบสอบถาม เพื่อนำไปประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ หมายเลขติดต่อ ๐๘ ๑๙๗๖ ๐๘๗๒ อีเมลล์ bsorn@hotmail.com เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ภู่วัฒน์วิบูลย์)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ปฏิบัติราชการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทรศัพท์/ โทรสาร ๐ ๔๓๙๗ ๐๗๖๓





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม สำนักบัณฑิตศึกษา โทร. ๐-๔๓๙๗-๐๗๖๓

ที่ ศธ.๐๕๓๐.๑๗(๒)/๒๒๐๗ วันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

ด้วย นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ นิสิตระดับปริญญาโท รหัสประจำตัวนิสิต ๕๑๐๑๑๐๘๐๐๐๖ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “ความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย คณะฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าบุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นิสิตเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยคล่องไปได้ด้วยดี คณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดของท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ประทุม เป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถามและให้ความคิดเห็น เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับ มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามต่อไป ทั้งนี้ คณะฯ มอบหมายให้ นางบัวสอน พวงสวัสดิ์ หมายเลขติดต่อ ๐๘ ๑๙๗๖ ๐๘๗๒ อีเมลล์ bsorn@hotmail.com เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน ๑ ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



ประวัติย่อของผู้วิจัย



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นางบัวสอน พวงสวัสดิ์
วันเกิด	วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520
สถานที่เกิด	บ้านเลขที่ 80 หมู่ 3 ตำบลคู อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ 33130
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 863/8 ถนนอุบล ตำบลเมืองใต้ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	หัวหน้าสำนักงานสภามหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เลขที่ 319 ถนนไทยพันทา ตำบลโพธิ์ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกันทรารมณ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ
พ.ศ. 2541	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป แขนงวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ
พ.ศ. 2544	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
พ.ศ. 2557	ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

