

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกจำนวนมาก ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในภาวะชะงักงันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทุกประเทศและองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ต่างก็หามาตรการเพื่อรองรับการถดถอยของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างเต็มที่ การดำเนินการมาตรการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกเริ่มฟื้นตัวมากขึ้น

ทั้งนี้ ตามรายงาน World Tourism Barometer ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ระบุว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก แนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ปี 2538 - 2573 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มในอีก 15 ปีข้างหน้า จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,676 ล้านคน ตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจนกระทั่งกลายเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ซึ่งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี แม้ว่าในบางช่วงจะประสบปัญหาความผันผวนทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง หรือภัยธรรมชาติ แต่ภาคการท่องเที่ยวก็สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วและเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้พลิกฟื้นขึ้นมาในระยะเวลาอันสั้นด้วย (UNWTO. Annual Report, 2014)

จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างปี 2550 – 2558 แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยวไทย ยกเว้นในปี 2552 และ 2557 ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองจึงเกิดภาวะชะงักงันในภาคการท่องเที่ยว โดยสถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี 2557 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 24.7 ล้านคน หดตัวร้อยละ 6.6 สร้างรายได้ 1.13 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 5.8 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ปี 2558 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 29.0 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 17.3 สร้างรายได้ 1.402 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 22.2 ซึ่งในปี 2558 สถานการณ์ตลาดต่างประเทศเกิดการขยายตัวทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ประกอบกับการส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย จะช่วยสร้างอัตลักษณ์และนำเสนอความเป็นไทยให้สามารถแข่งขัน

กับประเทศอื่น ๆ ในช่วงที่เศรษฐกิจโลกอยู่ในภาวะชะลอตัวได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

ในช่วงของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมโดยผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค และสำหรับรายได้จากการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวคนไทยในปี 2558 นั้น ก็พบว่า การประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงคาดการณ์ว่า จะมีปริมาณสะพัดเงินสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ประมาณ 513,000 - 527,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 - 10.0 จากปี 2557 โดยเป็นปริมาณเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 344,000 - 353,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 - 7.6 จากปี 2557 และเป็นปริมาณเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวคนไทยประมาณ 169,000 - 174,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 - 15.2 จากปี 2557 ทั้งนี้ การเติบโตของปริมาณเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากปี 2557 ที่ปริมาณเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมหดตัวลงร้อยละ 2.6 ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง และการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าและบริการรวมของประเทศแล้ว ในทุกธุรกิจบริการจะมีรูปแบบการบริการตามกลุ่มธุรกิจที่คล้าย ๆ กันเช่น กลุ่มโรงแรม กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มศูนย์ซ่อมบำรุง กลุ่มธนาคาร กลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยในแต่ละกลุ่มก็จะมีรูปแบบ การให้บริการที่ใกล้เคียงกันการที่องค์กรจะยั่งยืนได้อย่างโดดเด่นสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งนั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดคือ การบริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) ซึ่งธุรกิจได้จัดบริการให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์เกิดความประทับใจ เกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจ อันจะส่งผลต่อกิจการในรูปของตัวเงิน มูลค่าหุ้นผลกำไร และทางจิตใจทำให้ลูกค้ามีความทรงจำที่ดี โดยในมุมมองขององค์กรก็จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการบริการที่เป็นเลิศเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) อันจะเป็นความแข็งแกร่ง ที่คู่แข่งยากที่จะตามทัน รวมทั้งทำให้เกิดตราสินค้าขององค์กร (Brand) มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีมูลค่าสูงทั้งในสายตาของลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งในอนาคตการบริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบริการ (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล, 2555, น. 14-15) ดังนั้น องค์กรที่มีการบริการ

ที่เป็นเลิศที่สามารถสนองความพึงพอใจในการให้บริการและความจงรักภักดีจึงก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (กิตติยา คำสาวาสดี, 2552, น. 2)

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ หลายด้านทั้งสภาพเศรษฐกิจ และสภาพการแข่งขัน รวมถึงผลกระทบจากวิกฤตจากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยสามารถยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นที่ยอมรับ และมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น สืบเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขยายฐานบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกัน ให้เป็น กลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย ที่เชื่อมโยงกับโครงการพัฒนามาตรฐานและศักยภาพธุรกิจโรงแรมทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและมาตรฐานการบริการภายใต้แผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้มีการลงทุน ประกอบธุรกิจ โรงแรมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสความนิยมและการตอบรับที่ดีของตลาด (จิระศักดิ์ หมุนขำ, 2555, น. 2) นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจบริการธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยที่นับเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่า 9 แสนล้านบาทซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute หรือ TDRI) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555 – 2560 เพื่อพัฒนาภาคบริการเพื่อให้กับสาขาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชนให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศรวมถึงเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงที่ผ่านมาชะลอตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2558 เนื่องจากผลของภาวะเศรษฐกิจ ภาวะค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงผลกระทบจากเหตุการณ์การเมืองภายในประเทศในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ความคึกคักจากตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยปรับตัวลง โดยเฉพาะการลดลงของกลุ่มนักท่องเที่ยวประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่มาจากภาครัฐ และภาคเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้หลักให้กับธุรกิจโรงแรมในภูมิภาคนี้ที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงปลายปี จะเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) แต่ในด้านของธุรกิจโรงแรมกลับไม่ได้รับแรงหนุนนี้มากนัก เนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง สำหรับ

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าโดยเฉลี่ยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 - 2558) ส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 96% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยข้อมูลล่าสุด พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปี 2558 มีการปรับตัวสูงขึ้น สะท้อนจากอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.9 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 11.1 ในปี 2558 แสดงถึงศักยภาพของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นผลมาจากการพัฒนาหัวเมืองเศรษฐกิจ การขยายตัวของเขตเศรษฐกิจชายแดน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านคมนาคมและโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นแรงดึงดูดทั้งนักลงทุน และนักท่องเที่ยวให้เข้ามามากขึ้น (สำนักวิจัยธุรกิจ สายงานบริหารความเสี่ยง, 2557) อุปทานโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ วันที่ 11 ธันวาคม 2557 มีจำนวน 547 แห่ง จำนวนห้องพัก 36,104 ห้อง เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีจำนวนที่พักรวม 475 แห่ง จากจำนวนห้องพัก 35,629 ห้อง ทั้งนี้ห้องพักที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา (สัดส่วนร้อยละ 22.7 ของจำนวนห้องพักทั้งภูมิภาค) รองลงมาได้แก่ ขอนแก่น (สัดส่วนร้อยละ 13.5) และอุดรธานี (สัดส่วนร้อยละ 10.7) ตามลำดับ สำหรับการลงทุนพัฒนาโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงเกิดขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะโรงแรมระดับกลาง - ล่าง ที่เพิ่มขึ้นตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ วน้ำเขียว ปากช่อง และเขาใหญ่ เป็นต้น หรือจังหวัดที่เป็น หัวเมืองทางเศรษฐกิจ จังหวัดที่อยู่ตามเขตการค้าชายแดน และจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญของภูมิภาค ซึ่งเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาค อย่างไรก็ตาม อุปทานโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มได้รับผลกระทบจากธุรกิจเกี่ยวเนื่องประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แมนชั่น และอพาร์ทเมนท์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

เมื่อพิจารณาอุปสงค์จากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือช่วง 10 เดือนแรกของปี 2557 พบว่ามีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ร้อยละ 45.9 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ร้อยละ 46.8 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการขยายตัวของอุปทานโรงแรมที่มีอยู่ อย่างไรก็ดี นอกจากเหตุผลข้างต้น ยังมีอีกสาเหตุสำคัญที่ทำให้อัตราการเข้าพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำกว่าภูมิภาคอื่น ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวในภาคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความหลากหลาย และขาดการสนับสนุนและการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ การลดลงของอัตราการเข้าพักดังกล่าวยังส่งผลต่อเนื่องทำให้รายได้หลักจากการจัดประชุมสัมมนาปรับตัวลดลงตามไปด้วย ในปี 2557 พบว่าสัดส่วนรายได้จากประชุมสัมมนาปรับตัวลดลงด้วย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557).

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพของเศรษฐกิจ กฎหมาย

เทคโนโลยีสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ จึงได้หันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดวิธีการและกลยุทธ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น ธุรกิจแต่ละประเภทต้องแสวงหากลยุทธ์และยุทธวิธีต่าง ๆ มาเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความได้เปรียบภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารธุรกิจจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารหรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การพิจารณาและเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก และภายใน อย่างในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และการพัฒนาการผลิตเพื่อส่งออก จึงมุ่งเน้นการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในภาคเอกชนเพิ่มขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้ด้วยการชักชวนชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นมากขึ้น นักลงทุนและผู้บริหารธุรกิจโรงแรมต่าง ๆ ได้พยายามคิดค้นกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและรองรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ (Service Innovation Strategy) จึงนับเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่มีบทบาทสำคัญช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสนับสนุนให้เกิดโอกาสทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนเชื่อมโยงไปสู่ความอยู่รอดของธุรกิจ (Hall and Williams, 2008) นอกจากนี้นวัตกรรมบริการ ยังสะท้อนถึงวิธีการหรือวิถีทางที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างสรรค์หรือพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริการหรือรูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ (Kupper, 2001) ทั้งนี้ นวัตกรรมบริการเป็นแนวความคิดที่ต่อยอดจากแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าหรือกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้ถึงมือลูกค้าอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการบริการยุคใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์บริการ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง (Lowe, 2011) นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการในทุกพื้นที่ ระหว่างการติดต่อประสานงานกับลูกค้าด้วยกระบวนการต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การศึกษาคุณลักษณะธรรมชาติของการบริการ การปรับปรุงกระบวนการให้บริการ รวมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า (สินีรัชต์ พวงคะพินธุ์, 2552) ดังนั้นนวัตกรรมบริการจึงเปรียบเสมือนความสามารถที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กรหรือธุรกิจ โดยมีองค์ประกอบหลักด้านได้แก่

พัฒนาการบริการรูปแบบใหม่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (Ambient) พนักงานผู้ให้บริการ (Employees) กระบวนการให้บริการ (Service Delivery Process) การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (New Client Interface) ฝ่ายสนับสนุน (Office Support Office) และเทคโนโลยีในการให้บริการ (Technological Option)

เป้าหมายของนวัตกรรมบริการดังกล่าว สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่อธุรกิจด้วยการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความแตกต่างโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง กระตุ้นให้เกิดการพัฒนามาตรฐานการบริการจนสามารถสร้างความเป็นเลิศในการบริการให้แก่ลูกค้า (Victorino and Others, 2005) นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการยังผลักดันให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการบริการทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเดิมและแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องเป็นโอกาสทางการตลาดที่ส่งผลถึงเป้าหมายการพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจให้ดีขึ้น โดยวัดจากรายได้ภาพลักษณ์ชื่อเสียงและความสามารถในการแข่งขัน (Neely and Hii, 1998) อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์จากนวัตกรรมบริการจะมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นหากธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควบคู่กัน (Walsh, 2011) ประกอบกับปัจจัยสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือวิสัยทัศน์และความสามารถของผู้ประกอบการ (Sundbo, Francina and Flemming, 2007) ที่จะเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเพื่อเปิดช่องทางในการแสวงหาโอกาสทางการตลาดในธุรกิจบริการต่อไป นวัตกรรมบริการสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มี การปรับเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยมีทิศทางที่หันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการควบคู่ไปกับการพัฒนาความเป็นเลิศทางการบริการ ด้วยเหตุของการเกิดขึ้นใหม่อย่างมากมายของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อีกประเด็นความสำคัญที่เป็นเรื่องเร่งด่วนทำให้ต้องตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมคือปัจจุบันธุรกิจภาคบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งมุ่งหวังให้ประเทศสมาชิกอาเซียนกลายเป็นตลาดและฐานการผลิตเดี่ยวร่วมกัน (Single Market and Single Production Base) มีผลทำให้เกิดการเอื้ออำนวยให้ประเทศในกลุ่มสมาชิกสามารถเคลื่อนย้ายสินค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและแรงงานวิชาชีพระหว่างประเทศสมาชิกได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะ 11 สาขาแรก ได้แก่ การท่องเที่ยว การบิน ยานยนต์ ผลิตภัณฑ์ไม้ ยาง สิ่งทอ อิเล็กทรอนิกส์ เกษตร ประมง สุขภาพ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานหลัก (Country Coordinators) ในด้านการท่องเที่ยวและการบิน โดยคาดว่าจะมีการเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวรวม 32 ตำแหน่งงาน (รัฐธรรม กัญจนศิลา นนท์, 2555, น. 41)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นกระบวนการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความรู้ มีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น ทำให้ตัวบุคคลและองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถวัดได้จากความสามารถในการแข่งขันหรือความสามารถในการทำกำไรขององค์กร อีกทั้งทุกองค์กร มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จในฐานะผู้นำธุรกิจ โดยเฉพาะคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์นับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายได้อีกทั้งงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหน้าที่ดูแลฝึกอบรมและพัฒนาให้บุคลากรได้รับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ โดยมีปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบไปด้วย 4 ประการ (Gilley and Eggland, 2005, p. 247) ได้แก่ ด้านการพัฒนาบุคคล (Individual Development) ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career Development) ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) และด้านการพัฒนาองค์กร (Organization Development) การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กรเนื่องจากทรัพยากรบุคคลเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ทรงคุณค่ามากที่สุดขององค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรและส่งผลให้องค์กรมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมเกิดจากความต้องการนวัตกรรมบริการที่มีคุณภาพที่พร้อมต่อการแข่งขันทุกรูปแบบตามแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโรงแรมและที่พักประเด็นปัญหาสำคัญอื่น ๆ ที่พบ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2558) ได้จัดทำ รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยไตรมาสที่ 4 ปี 2558 (ต.ค.-ธ.ค.) จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย : ดัชนีความเชื่อมั่นแยกตามประเภทธุรกิจพบว่า เกี่ยวกับการแข่งขันภายในธุรกิจผู้ประกอบการมีความกังวลกับการแข่งขันที่รุนแรงมากและภาวะเศรษฐกิจไทยจะยังไม่ฟื้นตัวขึ้นในช่วงต้นปี 2559 โดยผู้ประกอบการคาดว่าในไตรมาสที่ 1 ปี 2559 การแข่งขันในธุรกิจจะสูงขึ้นมาก เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2558 โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยว Domestic และ Outbound ธุรกิจโรงแรมและที่พักที่ราคาห้องพักต่ำกว่า 5,000 บาทต่อคืน และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มโดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ได้แก่ การที่จำนวนคู่แข่งในธุรกิจเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 56) และปัญหาการตัดราคาระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน (ร้อยละ 45) ส่วนผลสำรวจความคิดเห็นในไตรมาสที่ 4 ปี 2558 พบว่า ธุรกิจโรงแรมและที่พักและนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่เผชิญการแข่งขันสูงที่สุด โดยธุรกิจโรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่าถึงปานกลาง (ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อคืน) จะเผชิญกับการแข่งขันด้านราคา และ

ผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียน โรงแรมที่มีราคาห้องพักสูง (สูงกว่า 5,000 บาทต่อคืน) จะเผชิญกับปัญหาการตัดราคาน้อยกว่า แต่จะพบปัญหาการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการต่างชาติมากขึ้น ซึ่งในส่วนของผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศ (ร้อยละ 37) และการพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 27) เป็นกลยุทธ์ที่สามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

จากสถานการณ์และทิศทางการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งให้เห็นแล้วว่าหากจะดำเนินธุรกิจใอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและการแข่งขันที่รุนแรงให้ประสบความสำเร็จจะต้องพิจารณาเงื่อนไขสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบกับธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวและแสวงหานวัตกรรมบริการเพื่อทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม หากทบทวนวรรณกรรมด้านนวัตกรรมบริการ โดย (Grawe, Chen and Daugherty, 2009) ระบุว่าการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในขณะนี้มีจำนวนน้อย ประกอบกับการศึกษานวัตกรรมส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือการผลิตสินค้าใหม่และการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเท่านั้นจึงทำให้ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยนวัตกรรมบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืนท่ามกลางปัจจัยการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานภาคธุรกิจบริการยังไม่ประจักษ์ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษานวัตกรรมบริการและคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นธุรกิจที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิเคราะห์นวัตกรรมบริการรวมไปถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศทางการบริการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนวัตกรรมบริการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแง่การใช้ข้อมูลเพื่อเป็นกรอบพิจารณาในการตัดสินใจและกำหนดนโยบายและทิศทางการส่งเสริมนวัตกรรมบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการเพื่อให้เกิดความเป็นเลิศทางการบริการและ



เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันต่อองค์กรธุรกิจในอนาคต และบรรลุเป้าหมายความสำเร็จทั้งระดับผู้ประกอบการและระดับอุตสาหกรรมโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

## 1.2. คำถามการวิจัย

1.2.1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสอดคล้องกับข้อมูลประจักษ์หรือไม่ อย่างไร

1.2.2 แนวทางในการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.2 เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (กล่าวในบทที่ 2) ผู้วิจัยได้นำมา กำหนดเป็นสมมติฐานเพื่อใช้ทดสอบความถูกต้องของทฤษฎีว่า

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 4 (H4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 5 (H5) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 6 (H6) คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 7 (H7) นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านคุณภาพบริการ

สมมติฐานที่ 8 (H8) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรม

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่เป้าหมายในการวิจัย คือธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด เป็นธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ซึ่งจำแนกตามเกณฑ์มาตรฐานโรงแรมไทยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทยได้ร่วมกับสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว ทำข้อตกลงร่วมกันในการกำหนดมาตรฐานโรงแรมไทยให้เป็นมาตรฐานสากล โดยให้มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว (Hotel Standard) และคณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม เป็นหน่วยงานที่จัดทำและรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

### 1.5.2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเรียกว่าการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mix Method)

1.5.2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ขอบเขตด้านประชากรคือ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม จากโรงแรม 547 แห่ง โดยมีผู้บริหาร 9 สายงาน ประกอบด้วย 1) เจ้าของกิจการ 2) ผู้จัดการ 3) รองผู้จัดการ 4) หัวหน้าต้อนรับ 5) หัวหน้าแม่บ้าน 6) หัวหน้าห้องอาหาร/จัดเลี้ยง 7) หัวหน้าการตลาด 8) หัวหน้าการเงิน/บัญชี 9) หัวหน้าการรักษาความปลอดภัย ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม จึงมีจำนวน 4,923 คน กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากสูตรของทาโรยามาเน่ จึงได้จำนวน 370 คน

2) ผู้เข้าพัก จำนวน 3,443,962 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากสูตรของทาโรยามาเน่ จึงได้จำนวน 400 คน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เท่ากับ 770 คน กระจายใน 20 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการใช้วิธีการสุ่มตามระดับชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในพื้นที่ที่มีการจัดเก็บข้อมูลเป็นการเจาะจงพื้นที่ จำนวนผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแบ่งเป็นการจัดตั้งกลุ่มจังหวัดในประเทศไทย ได้แก่ 5 กลุ่มจังหวัด

1.5.2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ขอบเขตของผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 ดาว นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 12 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก และในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลหลัก ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม จำนวน 20 คน เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดได้ โดยแบ่งเป็น

1.5.3.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ การผลิตใหม่หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่ได้ดำเนินการทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานให้ทันยุคทันสมัยเหตุการณ์ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ เพื่อความสำเร็จตามศักยภาพของแต่ละบุคคล โดยการฝึกอบรม พัฒนาการเรียนรู้ การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน และการจัดการอาชีพให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

1.5.3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การควบคุมมาตรฐานคุณภาพการให้บริการอย่างจริงจังด้วยการตรวจสอบและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า และปัญหาข้อบกพร่องต่าง ๆ นำมา ซึ่งคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศได้

1.5.3.4 ศึกษาถึงความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการและให้มีความคุ้มค่า คุ่มราคา เหนือกว่าคู่แข่งในการสร้างบริการเกินความคาดหมาย โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์ การปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอยากกลับมาใช้บริการอีก ศักยภาพในการให้บริการ โดยใช้นวัตกรรมบริการ ผู้การสร้างโมเดลนวัตกรรมบริการและคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5.3.5 ศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคและความต้องการผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อนวัตกรรมบริการและคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5.3.6 ศึกษาวิเคราะห์นวัตกรรมบริการและคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้มีรูปแบบนวัตกรรมบริการที่มีคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5.4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการวิจัยในช่วงระหว่างขอบเขตระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มตั้งแต่เดือน กันยายน พ.ศ. 2559 จนถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

## 1.6 วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods) โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อร่างกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นจึงเริ่มการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างครบถ้วน ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยที่อิงทฤษฎี นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) คุณภาพบริการ (Service Quality) และความเป็นเลิศทางการบริการ (Service Excellence)

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 770 คนหลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการใช้วิธีการสุ่มตามระดับชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในพื้นที่ที่มีการจัดเก็บข้อมูล จำนวนผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามการจัดตั้งกลุ่มจังหวัดในประเทศไทย ได้แก่ 5 กลุ่มจังหวัด รวม 770 ชุด

เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และคุณภาพบริการ เพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบ Likert Scale โดยผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ด้วยวิธีการแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence: IOC) และความตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และทดลอง (Try Out) กับกลุ่มประชาชนที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ระยะที่ 2 เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

#### 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยนี้เป็นผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พนักงาน ลูกค้ายูเอสบีซี นักวิชาการและเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 20 คนหรือมากกว่าข้อมูลจะอิมตัว (Onwuegbuzie and Collin, 2007, p. 289; Collins, 2010, p. 362) โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และมีเกณฑ์ในการพิจารณาคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview Question) (Merriam,1998) เป็นการสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถาม แต่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนในคำตอบได้ และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ผ่านการตรวจและให้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูล ตามแนวคิดของ Saldana (2009)

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำผลเพื่อสรุปผล ตีความ เสริมผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณตามแบบแผนการวิจัยเชิงอธิบายตามลำดับเวลา และการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อร่างรูปแบบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนำมาใช้ประกอบในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ต่อไป

#### 2. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

มีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันข้อมูลและระดมความคิดเห็นเพื่อสร้าง โมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม (Onwuegbuzie and Collins, 2007, p. 289) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคูสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ

เครื่องมือที่ใช้ในการประชุมกลุ่มย่อย ใช้การยืนยันเพื่อรับรองตัวแปรนวัตกรรมบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการประชุมกลุ่มย่อย โดยจะเริ่มต้นด้วยคำถามการวิจัย จากข้อคำถามที่สังเคราะห์มาจากการวิจัยเชิงปริมาณและการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 2-3 ข้อคำถาม เป็นคำถามกว้าง ๆ ก่อน และสังเคราะห์จากการระดมความคิดเห็นโดยใช้คำถามที่แคบลง เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลในการประชุมกลุ่มย่อยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของ (Morgan, 1997)

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

“นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)” หมายถึง วิธีการและความสามารถของธุรกิจในการริเริ่มสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ ๆ ในการบริการ โดยมุ่งเน้นเกี่ยวกับการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น หรืออาจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาบริการใหม่ให้กับธุรกิจ ได้แก่ การสรรหา คิดค้น และการปรับปรุงการบริการที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงการเพิ่มบริการเสริมให้กับบริการหลัก การพัฒนาบริการใหม่จึงเป็นการเพิ่มวิธีการให้บริการซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยการสร้างคุณประโยชน์ให้กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาบริการใหม่ให้กับธุรกิจ รวมถึงการเสนอบริการที่มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ตลอดจนการเพิ่มบริการเสริมให้กับบริการหลัก โดยองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (Ambient) หมายถึง ธุรกิจบริการสามารถออกแบบสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการออกแบบสถานที่ให้บริการบริการแก่ลูกค้าที่สะอาด สวยงาม และการให้บริการแก่ลูกค้านั้นควรส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจในครั้งแรกที่ได้รับการบริการ

2. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (Employees) หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทต่อคุณภาพบริการที่สามารถส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้านำมาซึ่งความประทับใจ โดยพนักงานได้ผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับกระบวนการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้

3. ด้านกระบวนการให้บริการ (Service Delivery Process) หมายถึง วิธีการที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในระบบการจัดการขององค์กรใหม่ โดยต้องมีการเชื่อมโยงการจัดการความรู้ให้เป็นวงจรเดียวกันประกอบด้วย การบูรณาการ การประสานงาน การเรียนรู้ การทดลอง การสร้างสรรค์นวัตกรรม การพัฒนาทักษะ ความสามารถและเจตคติในการบริการของพนักงาน รวมถึงการปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบริการด้วยการจัดการความรู้ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะนำไปสู่การบริการแก่ลูกค้าที่มีความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง

4. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (New Client Interface) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว กับลูกค้า เพื่อเรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคนมากที่สุด และมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี และนำไปสู่การใช้ข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพบริการ

5. ด้านฝ่ายสนับสนุน (Support Office) หมายถึง บุคคลที่ช่วยสนับสนุนในการทำหน้าที่ของหน่วยงานหลัก เพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงาน โดยมีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย และมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ตลอดเวลา

6. ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ (Technological Option) หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้งาน เป็นการช่วยให้สามารถทำงานได้รวดเร็ว มีความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานในธุรกิจโรงแรม และที่พักนั้นช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ

“การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)” หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่ได้ดำเนินการทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานให้ทันยุคทันสมัยเหตุการณ์ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ เพื่อความสำเร็จตามศักยภาพของแต่ละบุคคล โดยการฝึกอบรม พัฒนาการเรียนรู้ การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน และการจัดการอาชีพให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้



1. ด้านการพัฒนาบุคคล (Individual Development) หมายถึง การพัฒนาเฉพาะบุคคล โดยเน้นไปที่การปรับปรุงการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการงาน การพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ พัฒนาทักษะและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

2. ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career Development) หมายถึง พนักงานในการเข้ารับการศึกษาอบรมกับสถาบันชั้นนำต่างๆ เพื่อพัฒนาระดับทักษะการทำงาน ปรับปรุงการทำงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้า

3. ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) หมายถึง งานที่มุ่งเน้นภาพรวมของทั้งองค์กรและเกิดผลในระยะ การมุ่งปรับปรุงผลงานขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อประกันหรือรับรองว่าบุคลากรจะต้องมี ความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ และมีสภาพแวดล้อมที่ดีในการสนับสนุนให้บุคลากรสร้างผลงานได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

4. ด้านการพัฒนาองค์กร (Organization Development) หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีและโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการบริหารงานองค์กรเพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการ พัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การบริหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการ

“คุณภาพบริการ (Service Quality)” หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การให้บริการซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ และความจริงใจของผู้ให้บริการและเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความสำเร็จ และจากสภาพความเป็นจริง โดยพนักงานจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้

2. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้ความมั่นใจในการบริการต่าง ๆ พนักงานต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจ โดยปราศจากความเลียดอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวพนักงาน การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ มีความสุภาพอ่อนน้อม มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การมีความพร้อมในการบริการลูกค้า และพนักงานต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่

ในการบริการอย่างเต็มที่ และให้บริการอย่างรวดเร็วมีความยินดีที่ให้บริการเสมอ มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การมุ่งเน้นให้บริการด้วยความกระตือรือร้นการดูแลเอาใจใส่เป็นสิ่งที่พนักงานควรให้ความสนใจลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยให้การบริการอย่างเอาใจใส่และยึดถือผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรก

5. ด้านรูปลักษณะ (Tangibles) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เป็นภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรมและพนักงานได้แก่ อุปกรณ์ที่ทันสมัยที่มีเทคโนโลยีสูง มีความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ มีการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ มีความสะอาดที่ให้การบริการทั่วทั้งโรงแรม

“ความเป็นเลิศทางการบริการ (Service Excellence)” หมายถึง การสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการและให้มีความคุ้มค่า คุ้มราคา เหนือกว่าคู่แข่งขั้นการบริการเกินความคาดหมาย เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอยากกลับเข้ามาใช้บริการอีก มีองค์ประกอบดังนี้

1. ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database Management) หมายถึง การเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางในการบริการลูกค้า และเพื่อช่วยในการนำมาพัฒนาการบริการที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ในส่วนบริการจองห้องพักในโรงแรม เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ทราบค่าใช้จ่ายของที่พัก และสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายได้ถูกต้อง

2. ด้านการออกแบบบริการ (Service Design) หมายถึง การนำเอาข้อมูลของลูกค้าที่สำคัญมาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ลูกค้า ด้วยการส่งเสริมพัฒนาการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนในการเจาะตลาดหรือหาลูกค้าใหม่

3. ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ (Service Operation) หมายถึง การนำไปปฏิบัติใช้งานจริงได้อย่างมีระบบแบบแผน เพื่อให้บริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าเกิดความสม่ำเสมอตามมาตรฐาน เมื่อลูกค้าคนใด มาเมื่อไร ที่ไหน ก็จะได้รับบริการตามมาตรฐานที่วางไว้ทุกครั้งไป โดยมีปัจจัยหลักในการให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานบริการคือการอบรม และการตรวจติดตาม

4. ด้านการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) หมายถึง การจัดการในเรื่อง ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น คำชมเชย การสอบถาม หรือการขอข้อมูล ในการให้บริการลูกค้า จึงไม่ควรทำให้เกิดความผิดพลาด ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้าและทำให้เกิดการจดจำที่ไม่ดี ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์กร

5. ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ (Service Improvement) หมายถึง การปรับปรุงมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้นนั้น องค์กรต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมและสามารถที่จะนำไปใช้ในกระบวนการคิดวางแผนนำไปปรับปรุงการบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

“การบริการ (Service)” หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร ในอันที่จะตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นตามที่คาดหวังและให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับ การบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในแง่ของผู้ให้บริการซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ และในแง่ของผู้รับบริการ

“ธุรกิจ โรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Hotel Business in North East Region)” หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่น ๆ โดยมีค่าตอบแทน และได้ขึ้นทะเบียนเป็นสถานที่พักประเภทโรงแรมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมีการขายอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของลูกค้า รายได้หลัก ได้แก่ ค่าเช่าห้องพัก และการขายอาหารและเครื่องดื่ม

“ธุรกิจ โรงแรม ที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว” หมายถึง โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง อาทิ ห้องพักที่มีขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร มีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อนน้ำเย็น บริการอื่น ๆ เช่น บริการอาหารในห้องพัก ร้านอาหาร ห้องประชุม และอุปกรณ์ที่จำเป็น ศูนย์ธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ และห้องน้ำคนพิการ เป็นต้น

“ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศ” หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจการสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการและให้มีความคุ้มค่า คุ้มราคา เหนือกว่าคู่แข่งชั้นการบริการเกินความคาดหมาย โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์ การปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอยากกลับมาใช้บริการอีก

“ผู้บริหารธุรกิจ โรงแรม” หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ ผู้จัดการ หรืออื่นๆ ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ทำหน้าที่บริหารงานทั้งหมดและดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงแรม รวมไปถึงรายได้และภาพพจน์ของกิจการให้เป็นไปตามนโยบาย โดยมีผู้บริหารธุรกิจโรงแรม 9 สายงานประกอบด้วย 1) เจ้าของกิจการ 2) ผู้จัดการ 3) รองผู้จัดการ 4) หัวหน้าต้อนรับ 5) หัวหน้าแม่บ้าน 6) หัวหน้าห้องอาหาร/จัดเลี้ยง 7) หัวหน้าการตลาด 8) หัวหน้าการเงิน/บัญชี 9) หัวหน้าการรักษาความปลอดภัย

“ผู้เข้าพัก” หมายถึง บุคคลผู้ที่เดินทางเข้ามาพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 1.8 ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยไว้ดังนี้

### 1.8.1 ประโยชน์ทางด้านทฤษฎี

1.8.1.1 เพื่อทราบถึงรูปแบบนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

1.8.1.2 เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศ สำหรับนักธุรกิจ นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไป เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในเชิงการค้า เชิงวิชาการ และการพัฒนาต่อของงานวิจัย

### 1.8.2 ประโยชน์ทางด้านปฏิบัติ

1.8.2.1 สามารถนำไปใช้พัฒนานวัตกรรมบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.8.2.2 สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม สามารถนำไปกำหนดนวัตกรรมบริการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความเป็นเลิศของธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน