

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 หัวข้อใหญ่

จากการศึกษาโดยการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย นวัตกรรมบริการ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านฝ่ายสนับสนุน และด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาสายอาชีพ ด้าน การบริหารผลการปฏิบัติงาน และด้านการพัฒนาองค์กร คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ ความเป็นเลิศทางการบริการ ได้แก่ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การออกแบบบริการ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการปรับปรุงมาตรฐานบริการ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาลักษณะทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักธุรกิจโรงแรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ฝ่ายสนับสนุน และเทคโนโลยีในการให้บริการ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาสายอาชีพ การบริหารผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์กร ด้านคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การให้ความมั่นใจ การตอบสนองลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ รูปลักษณ์ และด้านความเป็นเลิศทางการบริการ ประกอบด้วย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าการออกแบบบริการ การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ

4.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติข้อมูลในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ประกอบด้วย ลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) การเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิง

เส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) และการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

4.3 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

4.4 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลและการทดสอบสมมติฐาน โดยทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรม Mplus เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.5 สรุปลผลการสัมภาษณ์

4.6 สรุปรการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

4.7 ศึกษาถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจข้อมูลตรงกันในการแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 1. สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$\chi^2$	แทน	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)
df	แทน	องศาอิสระ (Degree of Freedom)
$R^2$	แทน	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination)
P-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
ES	แทน	ค่าประมาณพารามิเตอร์ (Parameter Estimates)
Sk	แทน	ความเบ้ (Skewness)
Ku	แทน	ความโด่ง (Kurtosis)
GFI	แทน	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
TLI	แทน	ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมไม่อิงเกณฑ์ (Tucker – Lndex Index Goodness)

- RMSEA แทน ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)
- SRMR แทน ค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standardized Root Mean Squared Residual)
- Z - test แทน ค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความมีนัยสำคัญของพารามิเตอร์

## 2. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรแฝง (Latent Variables)

### 2.1 ตัวแปรแฝง (Latent Variables) ประกอบด้วย

- Inno แทน นวัตกรรมบริการ (Service Innovation : Innovation)
- Deve แทน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : Development)
- Ser แทน คุณภาพบริการ (Service Quality : Service)
- Ex แทน ความเป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรม (Organization Excellence : Excellence)

### 2.2 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ประกอบด้วย

- X1 แทน สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (Ambient)
- X2 แทน พนักงานผู้ให้บริการ (Employees)
- X3 แทน กระบวนการให้บริการ (Service Delivery Process)
- X4 แทน การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (New Client Interface)
- X5 แทน ฝ่ายสนับสนุน (Support Office)
- X6 แทน เทคโนโลยีในการให้บริการ (Technological Option)
- X7 แทน การพัฒนารายบุคคล (Individual Development)
- X8 แทน การพัฒนาสายอาชีพ (Career Development)
- X9 แทน การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)
- X10 แทน การพัฒนาองค์กร (Organization Development)
- Y1 แทน ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability)
- Y2 แทน การให้ความมั่นใจ (Assurance)
- Y3 แทน การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)
- Y4 แทน การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)
- Y5 แทน รูปลักษณ์ (Tangibles)

- Y6 แทน การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database Management)
- Y7 แทน การออกแบบบริการ (Service Design)
- Y8 แทน การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation)
- Y9 แทน การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling)
- Y10 แทน การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Service Improvement)

#### 4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาลักษณะทั่วไป และลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ โรงแรม ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และผลการวิจัย ปรากฏตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย จึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์หน้าวัตรกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตอนที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารธุรกิจโรงแรมจำนวน 370คน และผู้เข้าพัก จำนวน 400 คน รวม 770 คน การตอบแบบสอบถามสมบูรณ์ทุกฉบับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา

ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน  
ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

#### ตารางที่ 4.1

จำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพัก  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	383	49.74
หญิง	387	50.26
สรุปโดยรวม	770	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	183	23.77
31 – 40 ปี	248	32.20
41 – 50 ปี	180	23.38
51 – 60 ปี	115	14.93
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	44	5.72
สรุปโดยรวม	770	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	327	42.47
สมรส	339	44.02
หม้าย / หย่าร้าง	104	13.51
สรุปโดยรวม	770	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	74	9.61
ปริญญาตรี	449	58.32
สูงกว่าปริญญาตรี	247	32.07
สรุปโดยรวม	770	100.00

(ต่อ)

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	140	18.18
15,001 – 30,000 บาท	244	31.69
30,001 – 45,000 บาท	239	31.04
มากกว่า 45,000 บาท	147	19.09
สรุปโดยรวม	770	100.00

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด เป็นเพศหญิง 387 คน คิดเป็นร้อยละ 50.26 และรองลงมา เป็นเพศชาย 383 คน คิดเป็นร้อยละ 49.74 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี 248 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 รองลงมา อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี 183 คน คิดเป็นร้อยละ 23.77 อายุอยู่ระหว่าง 41 -50 ปี 180 คน คิดเป็นร้อยละ 23.38 อายุอยู่ระหว่าง 51 – 60 ปี 115 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป 44 คน คิดเป็นร้อยละ 5.72 สถานภาพสมรส 339 คน คิดเป็นร้อยละ 44.02 รองลงมา สถานภาพโสด 327 คน คิดเป็นร้อยละ 42.47 และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง 104 คิดเป็นร้อยละ 13.51 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 449 คน คิดเป็นร้อยละ 58.32 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี 247 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.07 และการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 74 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบันอยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท 244 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 รองลงมา รายได้อยู่ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท 239 คน คิดเป็นร้อยละ 31.04 รายได้มากกว่า 45,000 บาท 147 คน คิดเป็นร้อยละ 19.09 และรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 140 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติกรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### 2.1 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติกรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.2

#### ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนวัตกรรมบริการธุรกิจ โรงแรมของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและ  
ผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม จำแนกตามตัวแปร

ตัวแปรสาเหตุ		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้				
Inno	สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือ สถานที่ (X1)	3.72	0.61	มาก	4
	พนักงานผู้ให้บริการ (X2)	3.76	0.59	มาก	2
	กระบวนการให้บริการ (X3)	3.75	0.65	มาก	3
	การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4)	3.65	0.68	มาก	6
	ฝ่ายสนับสนุน (X5)	3.67	0.65	มาก	5
	เทคโนโลยีในการให้บริการ (X6)	3.76	0.66	มาก	1
	สรุปโดยรวม	3.72	0.53	มาก	

จากตารางที่ 4.2 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรม  
และผู้เข้าพัก (Inno) พบว่า ตัวแปรสาเหตุที่นำไปสู่ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.53) เรียงลำดับ  
ค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ เทคโนโลยีในการให้บริการ (X6) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$  ;  
S.D. = 0.66) รองลงมา พนักงานผู้ให้บริการ (X2) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$  ; S.D. =  
0.59) กระบวนการให้บริการ (X3) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$  ; S.D. = 0.65)  
สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.61)  
ฝ่ายสนับสนุน (X5) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$  ; S.D. = 0.65) และการปฏิสัมพันธ์กับ  
ลูกค้า (X4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.65$  ; S.D. = 0.68) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมการบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ราชดำเนิน ดังแสดงในตารางที่ 4.3-4.8

### ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมการบริการธุรกิจ โรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.87	0.74	มาก	1
2. โรงแรมตั้งอยู่ใกล้ถนนหลัก สนามบิน ย่านธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยว	3.73	0.79	มาก	5
3. โรงแรมมีบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร	3.83	0.77	มาก	2
4. โรงแรมมีข้อมูลด้านห้องพัก และบริการต่างๆ ของโรงแรม โดยมีภาพประกอบที่ครบถ้วนและชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์	3.75	0.83	มาก	4
5. โรงแรมมีการออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงาม	3.65	0.85	มาก	6
6. โรงแรมมีสถานที่จอดรถบริการอย่างกว้างขวางและเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ	3.78	0.76	มาก	3
7. โรงแรมมีบริการรถรับส่งจากสนามบิน	3.45	0.98	มาก	7
สรุปโดยรวม	3.72	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4.3 นวัตกรรมการบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$  ; S.D. = 0.74) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยอยู่



ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$  ; S.D. = 0.77) และโรงแรมมีสถานที่จอดรถบริการอย่างกว้างขวางและเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$  ; S.D. = 0.76) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.4

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจ โรงแรมของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีความพร้อมและความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น	3.71	0.78	มาก	6
2. โรงแรมมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.67	0.83	มาก	9
3. พนักงานสามารถรับคำสั่งจากลูกค้าและนำมาบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.72	0.80	มาก	5
4. พนักงานสามารถบริการลูกค้าให้เกิดความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน และนำมาซึ่งความประทับใจ	3.82	0.76	มาก	3
5. พนักงานมีการให้บริการอย่างมืออาชีพทั้งก่อนและหลังการรับบริการ	3.69	0.86	มาก	8
6. พนักงานมีความสามารถในการให้บริการเป็นไปตามขั้นตอนของการให้บริการ	3.75	0.82	มาก	4
7. โรงแรมสนับสนุนให้พนักงานคิดค้นรูปแบบการบริการใหม่ๆ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	3.73	0.74	มาก	5
8. พนักงานมีการให้บริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ	3.86	0.74	มาก	1
9. โรงแรมมีจำนวนพนักงานผู้ให้บริการอย่างเพียงพอเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่และทันทั่วถึง	3.84	0.79	มาก	2
สรุปโดยรวม	3.76	0.59	มาก	

จากตารางที่ 4.4 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.76$  ; S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$  ; S.D. = 0.74) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีจำนวนพนักงานผู้ให้บริการอย่างเพียงพอเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่และทันทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$  ; S.D. = 0.79) และ พนักงานสามารถบริการลูกค้าให้เกิดความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน และนำมาซึ่งความประทับใจ และนำมาซึ่งความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$  ; S.D. = 0.76) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการปรับปรุงและพัฒนา กระบวนการให้บริการใหม่ ๆ	3.71	0.77	มาก	7
2. พนักงานสามารถนำความรู้มาประยุกต์ในกระบวนการให้บริการทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม	3.72	0.78	มาก	6
3. การให้บริการของโรงแรมสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยขณะให้บริการ	3.85	0.81	มาก	1
4. โรงแรมมีการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ลูกค้า	3.78	0.85	มาก	2
5. โรงแรมมีช่องทางการแสดงความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้บริการที่ตรงกับความต้องการที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของลูกค้า	3.73	0.92	มาก	4

(ต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
6. โรงแรมมีการปรับปรุงขั้นตอนการติดต่อ ประสานงานภายในโรงแรมให้มีความสะดวกและ รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็น หลัก	3.72	0.83	มาก	5
7. โรงแรมมีการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ เช่น จัดกิจกรรมเสริมในการให้บริการมากขึ้นเช่น อาหารว่าง ของที่ระลึก การจับฉลากลุ้นรางวัล เป็นต้น	3.74	0.87	มาก	3
สรุปโดยรวม	3.75	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.5 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ ; S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การให้บริการของโรงแรมสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ; S.D. = 0.81) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ; S.D. = 0.85) และ โรงแรมมีการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ เช่น จัดกิจกรรมเสริมในการให้บริการมากขึ้นเช่น อาหารว่าง ของที่ระลึก การจับฉลากลุ้นรางวัล เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ; S.D. = 0.65) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.6

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจ โรงแรมของผู้บริหารธุรกิจ  
โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเดิม เพื่อการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ	3.69	0.84	มาก	1
2. โรงแรมมีการสนับสนุนให้มีการอวยพรในเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อสร้างสรรค์ การบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของลูกค้า	3.65	0.84	มาก	3
3. โรงแรมมีการอำนวยความสะดวกในการให้บริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น	3.63	0.89	มาก	6
4. โรงแรมมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า และจงใจให้เกิดลูกค้าใหม่โดยอาศัยการบอกแบบปากต่อปากของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	3.64	0.87	มาก	4
5. โรงแรมมีการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บ ข้อมูลจากลูกค้าหลังการรับบริการเพื่อนำ ข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพบริการ	3.64	0.84	มาก	5
6. โรงแรมมีการให้บริการใหม่ๆแก่ลูกค้าที่แตกต่างไปจากเดิมเช่นเดิมให้บริการแจ้ง โปรโมชันตามเทศกาลไปยัง E-mail แก่ลูกค้า เป็นการแจ้งผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น	3.69	0.83	มาก	2
สรุปโดยรวม	3.65	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.6 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$  ; S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเดิมเพื่อการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$  ; S.D. = 0.84) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการให้บริการใหม่ๆแก่ลูกค้าที่แตกต่างไปจากเดิม เช่นเดิมให้บริการแจ้งโปรโมชันตามเทศกาลไปยัง E-mail แก่ลูกค้าเป็นการแจ้งผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$  ; S.D. = 0.83) และโรงแรมมีการสนับสนุนให้มีการอพยพในเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อสร้างสรรค์การบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$  ; S.D. = 0.84) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.7

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านฝ่ายสนับสนุน

ด้านฝ่ายสนับสนุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีการประสานงานการให้บริการทุกๆด้าน แก่ลูกค้า เช่น การเช็คสถานภาพของห้องพัก การจองห้องพักการแจ้งราคาห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น	3.60	0.81	มาก	6
2. พนักงานมีทักษะในการทำงานเป็นทีม	3.67	80	มาก	4
3. โรงแรมมีการนำโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการบริการงานด้านเอกสาร ด้านการจองห้องพัก	3.66	0.81	มาก	5
4. พนักงานสามารถทำงานแทนกันได้เพื่อแก้ไข ปัญหาของลูกค้าได้อย่างทันที่	3.68	0.82	มาก	3
5. พนักงานมีการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้อย่างเข้าใจและมีความชัดเจน	3.69	0.83	มาก	2
6. พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน	3.70	0.85	มาก	1
สรุปโดยรวม	3.67	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.7 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านฝ่ายสนับสนุน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ; S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ; S.D. = 0.85) รองลงมาได้แก่ พนักงานมีการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้อย่างเข้าใจและมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ; S.D. = 0.83) และ พนักงานสามารถทำงานแทนกันได้เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้งที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ; S.D. = 0.82) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.8

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ

ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ระดับ
1. โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น	3.83	0.81	มาก	1
2. โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการวิเคราะห์ ออกแบบ ควบคุม และคุณภาพของการบริการของโรงแรม	3.80	0.80	มาก	2
3. โรงแรมมีการนำแอปพลิเคชันที่ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงในการรับบริการในแผนกต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.75	0.84	มาก	3
4. โรงแรมมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้มีเอกลักษณ์และโดดเด่นสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริการให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.72	0.78	มาก	5
5. โรงแรมมีการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทันสมัยแทนระบบเดิมเพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านการบริการ	3.72	0.80	มาก	4
สรุปโดยรวม	3.76	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4.8 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$  ; S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$  ; S.D. = 0.81) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการวิเคราะห์ ออกแบบ ควบคุม และคุณภาพของการบริการของโรงแรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$  ; S.D. = 0.80) และโรงแรมมีการนำแอปพลิเคชันที่ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงในการรับบริการในแผนกต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$  ; S.D. = 0.84) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

**3.1 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.9**

**ตารางที่ 4.9**

*ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม จำแนกตามตัวแปร*

ตัวแปรสาเหตุ		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้				
Deve	การพัฒนารายบุคคล (X7)	3.57	0.67	มาก	2
	การพัฒนาสาขาอาชีพ (X8)	3.57	0.68	มาก	1
	การบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9)	3.55	0.70	มาก	4
	การพัฒนาองค์กร (X10)	3.56	0.69	มาก	3
	สรุปโดยรวม	3.56	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Deve) โดยรวม พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$  ; S.D. = 0.66) มีตัวแปรทุกตัวแปร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ การพัฒนาสาขาอาชีพ (X8) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$  ; S.D. = 0.68) รองลงมาได้แก่ การพัฒนารายบุคคล (X7) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$  ; S.D. = 0.67) การพัฒนาองค์กร (X10) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$  ; S.D. = 0.69) และการบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$  ; S.D. = 0.70) ตามลำดับ

**3.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Deve) ของกลุ่มตัวอย่าง ราชด้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.10 – 4.13**

#### ตารางที่ 4.10

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนารายบุคคล

ด้านการพัฒนารายบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงาน	3.59	0.71	มาก	3
2. พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าของโรงแรมได้อย่างทันทีทันใด	3.53	0.82	มาก	5
3. พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.51	0.82	มาก	6
4. พนักงานมีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.60	0.76	มาก	2
5. พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดการให้บริการของโรงแรมได้เป็นอย่างดี	3.63	0.75	มาก	1
6. พนักงานมีการให้บริการแบบมีอาชีพ	3.58	0.85	มาก	4
สรุปโดยรวม	3.57	0.67	มาก	



จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนารายบุคคล โดยรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ; S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดการให้บริการของโรงแรมได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ; S.D. = 0.75) รองลงมาได้แก่ พนักงานมีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ; S.D. = 0.76) และพนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ; S.D. = 0.71) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.11

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนาสายอาชีพ

การพัฒนาสายอาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับฝ่ายต่างๆทั้งในและนอกโรงแรม	3.54	0.82	มาก	6
2. โรงแรมมีการติดโปสเตอร์หรือการแสดงโลโก้รางวัลที่ได้รับมาตรฐานจากหน่วยงานต่าง ๆ	3.48	0.89	มาก	7
3. พนักงานมีความใส่ใจดูแลสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการเข้ามาพักของลูกค้า	3.61	0.74	มาก	3
4. พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังบริการด้วยความเต็มใจเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจกับลูกค้า	3.61	0.78	มาก	2
5. พนักงานมีการปรับปรุงพัฒนาทักษะและคุณภาพบริการ โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก	3.61	0.80	มาก	1
6. พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นธรรมชาติ จริยธรรมและมีความพร้อมในการให้บริการกับลูกค้า	3.58	0.82	มาก	4

(ต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

การพัฒนาสายอาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
7. โรงแรมมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างมีชัดเจน	3.54	0.87	มาก	5
สรุปโดยรวม	3.57	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนาสายอาชีพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ; S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีการปรับปรุงพัฒนาทักษะและคุณภาพบริการ โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.80) รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการทั้งก่อนและหลังบริการด้วยความเต็มใจเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.78) และพนักงานมีความใส่ใจดูแลสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการเข้ามาพักของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ; S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน

การบริหารผลการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการให้ลูกค้าประเมินผลการให้บริการผ่านแบบสอบถาม เว็บไซต์ของโรงแรม	3.60	0.81	มาก	1
2. โรงแรมมีการติดตามปัญหาของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันที่	3.54	0.83	มาก	5
3. พนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบในการให้บริการ	3.58	0.81	มาก	3

(ต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

การบริหารผลการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.58	0.80	มาก	4
5. โรงแรมมีการปรับปรุงคุณภาพบริการลูกค้าด้วยการตอบคำถามของลูกค้าได้รวดเร็วที่สุด	3.52	0.83	มาก	8
6. โรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามและทันสมัย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน ดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการของโรงแรม	3.52	0.87	มาก	6
7. โรงแรมมีการให้ลูกค้าประเมินผลการให้บริการของพนักงานเป็นรายบุคคล	3.50	0.81	มาก	9
8. โรงแรมมีบอร์ดแจ้งการประเมินผลการทำงานของพนักงาน	3.52	0.85	มาก	7
9. โรงแรมมีการส่งมอบการบริการที่ดีแก่ลูกค้าตั้งแต่การเข้าใช้บริการ ไปจนถึงการให้บริการขั้นสุดท้ายของโรงแรม	3.58	0.84	มาก	2
สรุปโดยรวม	3.55	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$  ; S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการให้ลูกค้าประเมินผลการให้บริการ ผ่านแบบสอบถาม เว็บไซต์ของโรงแรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$  ; S.D. = 0.81) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการส่งมอบการบริการที่ดีแก่ลูกค้าตั้งแต่การเข้าใช้บริการไปจนถึงการให้บริการขั้นสุดท้ายของโรงแรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$  ; S.D. = 0.84) และพนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$  ; S.D. = 0.81) ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.13

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของ  
ผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนางองค์กร

การพัฒนางองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการนำเอาเทคโนโลยีและโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการบริการ	3.53	0.86	มาก	6
2. โรงแรมนำข้อมูลความคิดเห็นและความพึงพอใจในการบริการของพนักงานมาใช้ในการปรับปรุงการบริการเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.49	0.88	มาก	8
3. โรงแรมมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดทั้งภายในและภายนอกและทันสมัยอยู่เสมอ	3.52	0.82	มาก	7
4. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว	3.57	0.78	มาก	4
5. โรงแรมมีการบริหารงานและการให้บริการในรูปแบบใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.60	0.82	มาก	1
6. พนักงานสามารถให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ด้วยความเต็มใจ	3.60	0.79	มาก	2
7. พนักงานมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.58	0.79	มาก	3
8. พนักงานมีความใส่ใจและดูแลทุกรายละเอียดในการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาการบริการได้ดียิ่งขึ้น	3.58	0.87	มาก	5
สรุปโดยรวม	3.54	0.69	มาก	

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการพัฒนางองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ; S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการบริหารงานและการให้บริการในรูปแบบใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} =$

3.60 ; S.D. = 0.82) รองลงมาได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ด้วย ความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$  ; S.D. = 0.79) และพนักงานมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$  ; S.D. = 0.79) ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

##### 4.1 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.14

###### ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม จำแนกตามตัวแปร

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสาเหตุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
Ser	ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1)	3.85	0.57	มาก	4
	การให้ความมั่นใจ (Y2)	3.82	0.56	มาก	5
	การตอบสนองลูกค้า (Y3)	3.88	0.56	มาก	3
	การดูแลเอาใจใส่ (Y4)	3.95	0.57	มาก	1
	รูปลักษณ์ (Y5)	3.88	0.60	มาก	2
	สรุปโดยรวม	3.87	0.50	มาก	

จากตารางที่ 4.14 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Ser) โดยรวม ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรส่งผลในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$  ; S.D. = 0.50) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Y4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$  ; S.D. = 0.57) รองลงมาได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ (Y5) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D. = 0.60) ด้านการตอบสนองลูกค้า (Y3) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D. = 0.56) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

( $\bar{X} = 3.85$  ; S.D. = 0.57) และด้านการให้ความมั่นใจ (Y2) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$  ; S.D. = 0.56) ตามลำดับ

**4..2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของกลุ่มตัวอย่างรายด้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.15 – 4.19**

#### ตารางที่ 4.15

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการบริการและแจ้งราคาตามที่ ได้แจ้งไว้บนเว็บไซต์ หรือการ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา	3.94	0.75	มาก	1
2. โรงแรมมีช่องทางในการร้องเรียนที่ สะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้การบริการ เป็นไปตามมาตรฐานที่ได้แจ้งกับลูกค้าไว้	3.86	0.75	มาก	4
3. ลูกค้ามีการแสดงความคิดเห็น ดิชมในการใช้ บริการของโรงแรมผ่านเฟสบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น	3.80	0.85	มาก	5
4. โรงแรมมีการสอบถามลูกค้าทุกครั้งหลัง การให้บริการ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและ พัฒนาการให้บริการในครั้งต่อไป	3.79	0.79	มาก	6
5. โรงแรมมีการแนะนำ บอกต่อแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ายอมรับเชื่อถือและกลับเข้ามาใช้ บริการซ้ำ	3.87	0.76	มาก	3

(ต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
6. โรงแรมยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรง เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่าจะได้รับการอย่างถูกต้องครบถ้วนและไม่เกิดความเสียหาย	3.94	0.75	มาก	2
สรุปโดยรวม	3.85	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.15 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$  ; S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการบริการและแจ้งราคาตามที่ได้แจ้งไว้บนเว็บไซต์ หรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$  ; S.D. = 0.75) รองลงมาได้แก่ โรงแรมยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรง เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่าจะได้รับการอย่างถูกต้องครบถ้วนและไม่เกิดความเสียหาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$  ; S.D. = 0.75) และ โรงแรมมีการแนะนำ บอกต่อแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ายอมรับเชื่อถือและกลับเข้ามาใช้บริการซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$  ; S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมให้ความสำคัญกับคุณภาพในการบริการลูกค้าที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบการให้บริการได้ เช่น การทำความสะอาดห้องพัก ความสะอาดของเครื่องใช้ในห้องพักเป็นต้น	3.97	0.77	มาก	1

(ต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
2. โรงแรมมีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการตรงตามข้อตกลงที่ได้ให้ไว้กับลูกค้าช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงใจลูกค้า	3.77	0.77	มาก	5
3. โรงแรมให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อในการให้บริการเมื่อเกิดความผิดพลาดเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.96	0.77	มาก	2
4. พนักงานให้การบริการที่เป็นเป็นมิตร มีความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้า	3.66	0.75	มาก	7
5. โรงแรมดูแลเอาใจใส่การบริการแก่ลูกค้าด้วยความตั้งใจและเต็มใจ	3.72	0.84	มาก	6
6. โรงแรมมีการรับประกันการให้บริการถ้าไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการยินดีคืนเงินหรือให้สิทธิพิเศษอื่นๆ	3.83	0.76	มาก	4
7. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.85	0.80	มาก	3
สรุปโดยรวม	3.82	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.16 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพัก ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการให้ความมั่นใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$  ; S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมให้ความสำคัญกับคุณภาพในการบริการลูกค้าที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบการให้บริการได้ เช่น การทำความสะอาดห้องพัก ความสะอาดของเครื่องใช้ในห้องพัก เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$  ; S.D. = 0.77) รองลงมาได้แก่ โรงแรมให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อในการให้บริการเมื่อเกิดความผิดพลาดเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$  ; S.D. = 0.77) และ



พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$  ; S.D. = 0.80) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.17

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการตอบสนองลูกค้า

ด้านการตอบสนองลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.87	0.82	มาก	4
2. โรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.85	0.78	มาก	5
3. โรงแรมสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกคน	4.00	0.76	มาก	1
4. โรงแรมมีการให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น	3.92	0.79	มาก	2
5. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยใช้กล้องวงจรปิด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีความปลอดภัยในการเข้าพัก	3.83	0.72	มาก	7
6. โรงแรมเข้าใจถึงปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างทั่วถึง	3.81	0.74	มาก	8
7. พนักงานให้การบริการแก่ลูกค้าโดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและมีความยินดีที่จะให้การบริการ	3.85	0.78	มาก	6
8. โรงแรมมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีการบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาพักในโรงแรมมากขึ้น	3.88	0.78	มาก	3
สรุปโดยรวม	3.88	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.17 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับ

ลูกค้าทุกคน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$  ; S.D. = 0.76) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$  ; S.D. = 0.79) และโรงแรมมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีการบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาพักในโรงแรมมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D. = 0.78) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.18

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการดูแลเอาใจใส่

ด้านการดูแลเอาใจใส่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ดี	3.85	0.83	มาก	6
2. พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพ อ่อนโยน เพื่อให้ลูกค้าพอใจในการให้บริการ	3.94	0.76	มาก	5
3. พนักงานมีการต้อนรับด้วยรอยยิ้ม และความประทับใจของลูกค้า	4.00	0.80	มาก	1
4. โรงแรมมีความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	3.98	0.71	มาก	2
5. โรงแรมยึดมั่นในการเอาใจใส่ต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจในบริการ	3.97	0.79	มาก	3
6. โรงแรมมีพนักงานบริการสอบถามลูกค้า และแนะนำการเข้ารับบริการของลูกค้า เพื่อให้ได้รับบริการที่ดีที่สุด	3.97	0.78	มาก	4
สรุปโดยรวม	3.95	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.18 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$  ; S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีการต้อนรับด้วยรอยยิ้ม และความประทับใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$  ; S.D. = 0.80) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีความมุ่งมั่นในการ

ให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$  ; S.D. = 0.71) และ โรงแรมยึดมั่นในการเอาใจใส่ต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรูสึกพึงพอใจในบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$  ; S.D. = 0.79) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.19

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านรูปลักษณ์

ด้านรูปลักษณ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม ซึ่งจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรได้เป็นอย่างดี	3.91	0.79	มาก	1
2. โรงแรมมีระบบการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ	3.90	0.76	มาก	2
3. โรงแรมมีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น เฟสบุ๊ก ป้าย วิทยุ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และเชื่อมั่นที่จะมาใช้บริการของโรงแรม	3.81	0.80	มาก	6
4. โรงแรมมีการติดประกาศและได้ให้ข้อมูลกับลูกค้าว่าโรงแรมได้รับมาตรฐานหรือรางวัลในด้านบริการจากหน่วยงานต่างๆ ที่น่าเชื่อถือเป็นที่ประจักษ์และยอมรับของลูกค้า	3.88	0.84	มาก	4
5. โรงแรมมีการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	3.90	0.73	มาก	3
6. โรงแรมมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สามารถอำนวยความสะดวกในการบริการ	3.87	0.74	มาก	5
สรุปโดยรวม	3.88	0.60	มาก	

จากตารางที่ 4.19 คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านรูปลักษณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก

มากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม ซึ่งจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  ; S.D. = 0.79) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีระบบการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$  ; S.D. = 0.76) และโรงแรมมีการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$  ; S.D. = 0.73) ตามลำดับ

#### ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.20

##### ตารางที่ 4.20

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม จำแนกตามตัวแปร

ตัวแปรสาเหตุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
ตัวแปรแฝง				
ตัวแปรสังเกตได้				
Ex				
การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6)	3.78	0.65	มาก	1
การออกแบบบริการ (Y7)	3.75	0.64	มาก	3
การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Y8)	3.77	0.62	มาก	2
การจัดการข้อร้องเรียน (Y9)	3.69	0.68	มาก	5
การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Y10)	3.72	0.69	มาก	4
สรุปโดยรวม	3.72	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.20 ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Ex) โดยรวม ตัวแปรสังเกตได้ทุก

ตัวแปรส่งผลในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$  ; S.D. = 0.65) รองลงมา ได้แก่ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Y8) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  ; S.D. = 0.62) ด้านการออกแบบบริการ (Y7) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$  ; S.D. = 0.64) การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Y10) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.69) และด้านการจัดการข้อร้องเรียน (Y9) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.69$  ; S.D. = 0.68) ตามลำดับ

**5.2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** รายด้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.21 – 4.25

#### ตารางที่ 4.21

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า

ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการสอบถามและให้ลูกค้ากรอกข้อมูลเช่นชื่อที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้า	3.80	0.78	มาก	3
2. โรงแรมมีการเก็บข้อมูลของลูกค้า เช่น ประวัติการเข้าพัก ประเภทห้องพัก เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนปรับปรุงการให้บริการ	3.73	0.80	มาก	7
3. โรงแรมมีโปรแกรมซอฟต์แวร์ที่สามารถให้การบริการที่รวดเร็วและง่ายในการเข้าถึงการบริการของโรงแรม	3.77	0.85	มาก	4
4. โรงแรมมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าหรือความคาดหวังของลูกค้าเมื่อเข้ามารับการบริการ	3.82	0.79	มาก	2

(ต่อ)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
5. โรงแรมมีการรับฟังคำติชมและความ คิดเห็นของลูกค้า	3.83	0.78	มาก	1
6. โรงแรมมีการสำรวจความพึงพอใจของ ลูกค้าที่ได้รับจากการให้บริการของ พนักงานในโรงแรม	3.74	0.81	มาก	5
7. พนักงานมีความสามารถในการแนะนำการ ใช้แอปพลิเคชันที่มีใน โรงแรมให้กับลูกค้า ได้อย่างชัดเจน	3.73	0.81	มาก	6
สรุปโดยรวม	3.78	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.21 ความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$  ; S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการรับฟังคำติชมและความ คิดเห็นของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$  ; S.D. = 0.78) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการ สอบถามความต้องการของลูกค้าหรือความคาดหวังของลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$  ; S.D. = 0.79) และโรงแรมมีการสอบถามและให้ลูกค้ากรอกข้อมูลเช่นชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$  ; S.D. = 0.78) ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.22

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการออกแบบบริการ

ด้านการออกแบบบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมรับฟังความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	3.70	0.77	มาก	6
2. พนักงานสามารถตอบข้อซักถามหรือข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความแม่นยำ	3.69	0.84	มาก	7
3. พนักงานมีการให้บริการที่สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.80	0.81	มาก	1
4. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อยสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ	3.79	0.76	มาก	4
5. โรงแรมมีการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.80	0.81	มาก	2
6. โรงแรม มีการนำเสนอการบริการใหม่ๆ เช่นการเช็กอิน เช็กเอาท์ การแจ้งโปรโมชันผ่านแอปพลิเคชันของ โรงแรม เป็นต้น	3.68	0.86	มาก	8
7. โรงแรมมีการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบาย เช่นการนวดสปาฟิตเนส อาหารและเครื่องดื่ม คาราโอเกะ เป็นต้น	3.79	0.83	มาก	3
8. โรงแรมมีเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการให้บริการ เช่น การจองโรงแรมผ่าน แอปพลิเคชันมือถือ การสั่งอาหารผ่าน สมาร์ทโฟน เพื่อช่วยลดขั้นตอนในการเข้าพักในโรงแรม	3.73	0.88	มาก	5
สรุปโดยรวม	3.75	0.64	มาก	

จากตารางที่ 4.22 ความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการออกแบบบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$  ; S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีการให้บริการที่สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$  ; S.D. = 0.81) รองลงมา ได้แก่ โรงแรมมีการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$  ; S.D. = 0.81) และโรงแรมมีการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบาย เช่นการนวดสปา ฟิตเนส อาหารและเครื่องดื่ม คาราโอเกะ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$  ; S.D. = 0.83) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.23

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ

ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า	3.94	0.79	มาก	1
2. พนักงานมีการพัฒนาทักษะการทำงานสู่ความเป็นเลิศในการบริการอย่างต่อเนื่อง	3.78	0.75	มาก	4
3. โรงแรมมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า	3.84	0.77	มาก	2
4. พนักงานมีไหวพริบสามารถพูดคุยโต้ตอบกับลูกค้า และให้คำแนะนำในการรับบริการจากโรงแรมได้เป็นอย่างดี	3.81	0.85	มาก	3
5. พนักงานสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและสามารถตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า	3.73	0.77	มาก	7

(ต่อ)



ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
6. โรงแรมมีการให้บริการที่ประทับใจและสร้างความสุขให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความทรงจำที่ดี	3.71	0.79	มาก	8
7. พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการอยู่เสมอ และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.69	0.88	มาก	9
8. โรงแรมมีการติดตามตรวจสอบลูกค้า และติดตามการเข้าพักของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนของห้องพักและประเภทของห้องพัก	3.76	0.85	มาก	5
9. โรงแรมมีการสำรวจปัญหาในการใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น	3.74	0.81	มาก	6
10. พนักงานมีการอธิบายรายละเอียดของห้องพักและการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้ารวมถึงประสานงานกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.68	0.85	มาก	10
สรุปโดยรวม	3.77	0.62	มาก	

จากตารางที่ 4.23 ความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  ; S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$  ; S.D. = 0.79) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$  ; S.D. = 0.77) และพนักงานมีไหวพริบสามารถพูดคุยโต้ตอบกับลูกค้าและให้คำแนะนำในการรับบริการจากโรงแรมได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$  ; S.D. = 0.85) ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.24

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน

ด้านการจัดการข้อร้องเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมให้ความช่วยเหลือและจัดการข้อร้องเรียนหรือคำร้องขอของลูกค้าได้อย่างเป็นธรรมชาติ	3.68	0.85	มาก	3
2. พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น และสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว	3.68	0.85	มาก	4
3. โรงแรมมีการชี้แจงข้อผิดพลาดในการให้บริการที่เกิดขึ้นกับลูกค้าระหว่างการเข้าพักในโรงแรม	3.61	0.79	มาก	6
4. โรงแรมมีการแสดงความรับผิดชอบกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีปัญหาหรือเกิดข้อร้องเรียนที่สามารถพิสูจน์ได้	3.79	0.85	มาก	1
5. โรงแรมมีช่องทางในการร้องเรียนที่หลากหลาย เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ โทรศัพท์ เป็นต้น และการติดป้ายที่ชัดเจน ทำให้ง่ายและสะดวกต่อการร้องเรียน	3.71	0.89	มาก	2
6. โรงแรมให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาข้อร้องเรียน เพื่อให้เกิดความชัดเจนและความยุติธรรมทั้งแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนในข้อร้องเรียนนั้นๆ	3.66	0.85	มาก	5
สรุปโดยรวม	3.69	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.24 ความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$  ; S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ โรงแรมมีการแสดงความรับผิดชอบกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีปัญหาหรือเกิดข้อร้องเรียนที่สามารถพิสูจน์ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$  ; S.D. = 0.85) รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีช่องทางในการร้องเรียนที่หลากหลาย เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ โทรศัพท์ เป็นต้น และการติดป้ายที่ชัดเจน ทำให้ง่ายและสะดวกต่อการร้องเรียน

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$  ; S.D. = 0.89) และโรงแรมให้ความช่วยเหลือและจัดการข้อร้องเรียนหรือคำร้องขอของลูกค้าได้อย่างเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$  ; S.D. = 0.85) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.25

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ

ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. โรงแรมมีการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นในการให้บริการของพนักงานผ่านการตอบแบบสอบถาม เว็บไซต์ของ โรงแรม เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการครั้งต่อไป	3.72	0.81	มาก	7
2. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการได้อย่างมีมาตรฐานและลูกค้าเกิดความประทับใจ	3.77	0.80	มาก	3
3. พนักงานมีความตั้งใจ มีความรับผิดชอบที่จะให้บริการลูกค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่	3.72	0.86	มาก	5
4. โรงแรมสามารถให้ข้อมูลต่างๆแก่ผู้รับบริการอย่างครบถ้วน	3.77	0.82	มาก	2
5. พนักงานมีการให้บริการที่เป็นมิตร มีความยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความอุ่นใจ	3.72	0.85	มาก	6
6. พนักงานมีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที	3.77	0.87	มาก	1
7. โรงแรมมีการส่งมอบการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความพึงพอใจสูงสุด	3.64	0.93	มาก	9

(ต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
8. โรงแรมมีการรับเรื่องข้อร้องเรียน และคำติชมของลูกค้าและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อจะได้นำมาทำการปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	3.73	0.85	มาก	4
9. โรงแรมมีการดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี	3.68	0.90	มาก	8
สรุปโดยรวม	3.72	0.69	มาก	

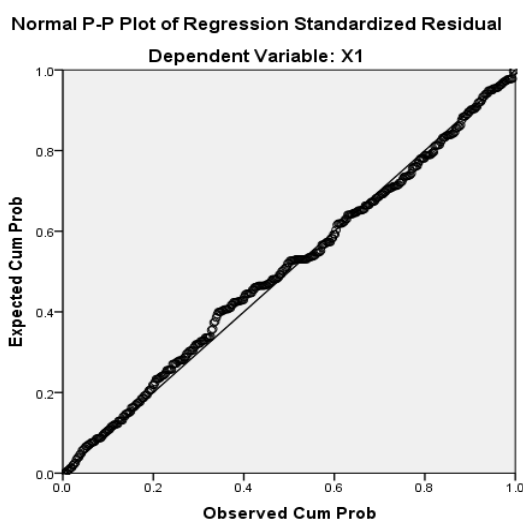
จากตารางที่ 4.25 ความเป็นเลิศทางการบริการตามความคิดเห็นของผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการปรับปรุงมาตรฐานบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  ; S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  ; S.D. = 0.87) รองลงมาได้แก่ โรงแรมสามารถให้ข้อมูลต่างๆแก่ผู้รับบริการอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  ; S.D. = 0.82) และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการได้อย่างมีมาตรฐานและลูกค้าเกิดความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  ; S.D. = 0.80) ตามลำดับ

#### 4.2 การตรวจสอบคุณสมบัติทางสถิติของข้อมูล

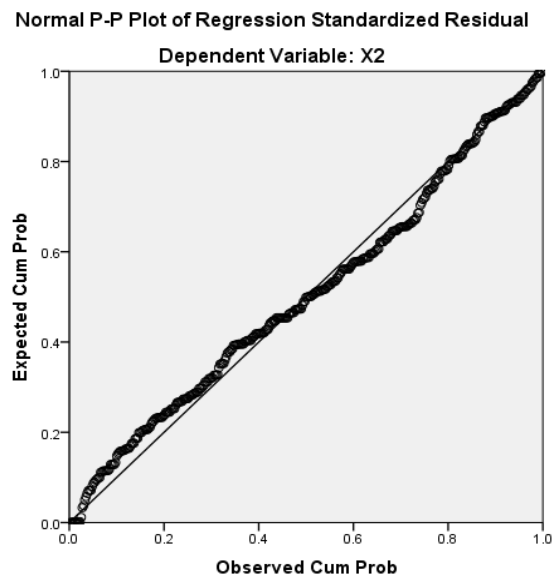
การตรวจสอบคุณสมบัติทางสถิติของข้อมูลในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ประกอบด้วยลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) การเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) และการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

#### 4.2.1 การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality)

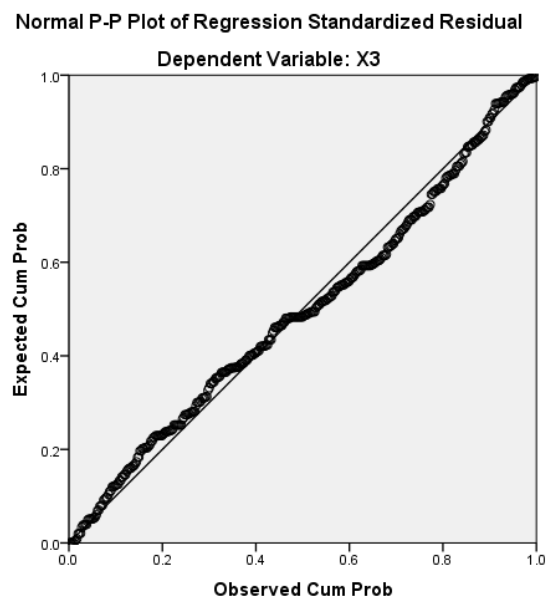
การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของการประมาณค่าของตัวแปร หรือความแกร่ง (Robustness) ของการประมาณค่า สถิติวิเคราะห์ที่ใช้ในการทดสอบแบบ  $t$  และ  $F$  มีข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรต้องมีการแจกแจงแบบปกติ การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลทำได้โดยการตรวจสอบแผนภาพ Normal P-P Plot ของแต่ละตัวแปรหากได้เส้นตรงในแนวทแยง จะสรุปได้ว่าตัวแปรมีลักษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 50) ผลจากการวิเคราะห์แผนภาพ Normal P-P Plot ของแต่ละตัวแปรพบว่า ส่วนใหญ่ได้เส้นตรงในแนวทแยง สรุปได้ว่าตัวแปรส่วนใหญ่มีลักษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ ดังแสดง ดังภาพที่ 4.1 – 4.20



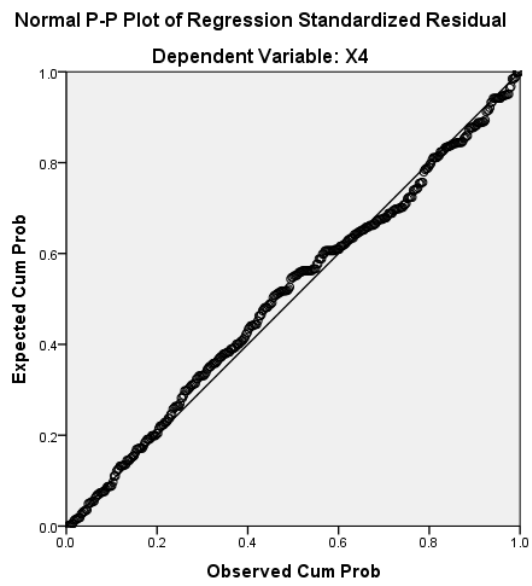
ภาพที่ 4.1 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรของสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1)



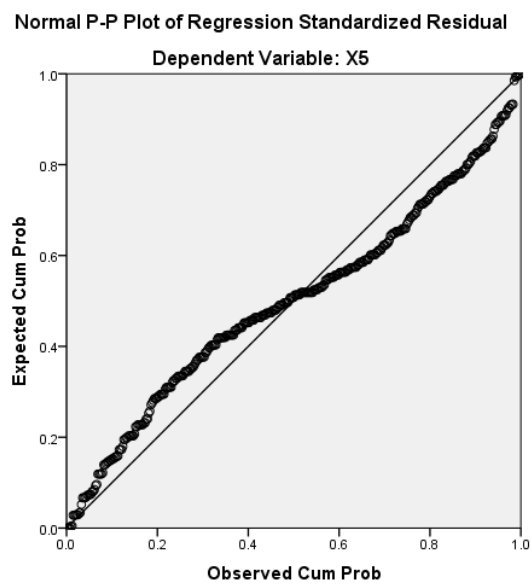
ภาพที่ 4.2 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ (X2)



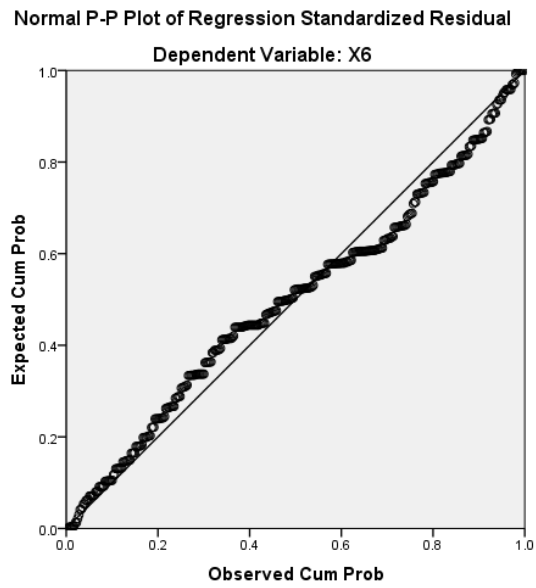
ภาพที่ 4.3 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรกระบวนการให้บริการ (X3)



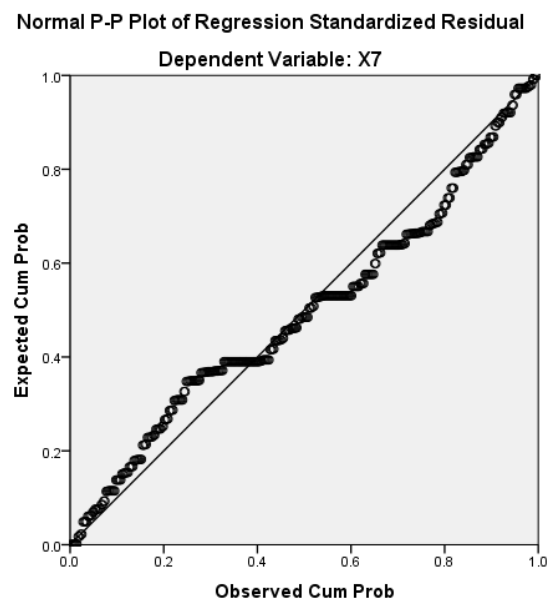
ภาพที่ 4.4 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4)



ภาพที่ 4.5 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรฝ่ายสนับสนุน (X5)

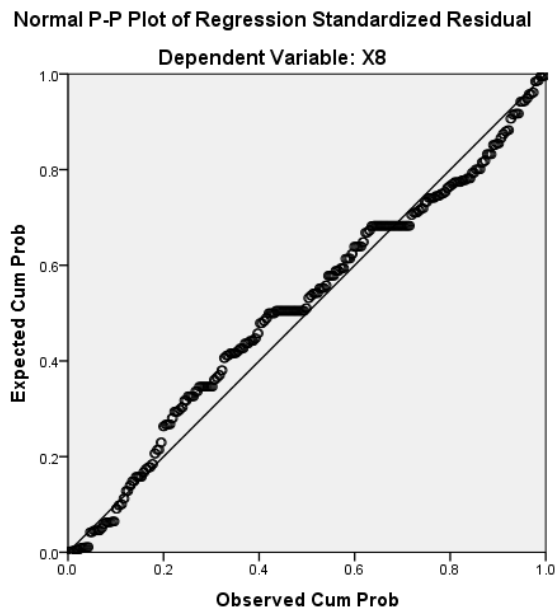


ภาพที่ 4.6 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรเทคโนโลยีในการให้บริการ (X6)

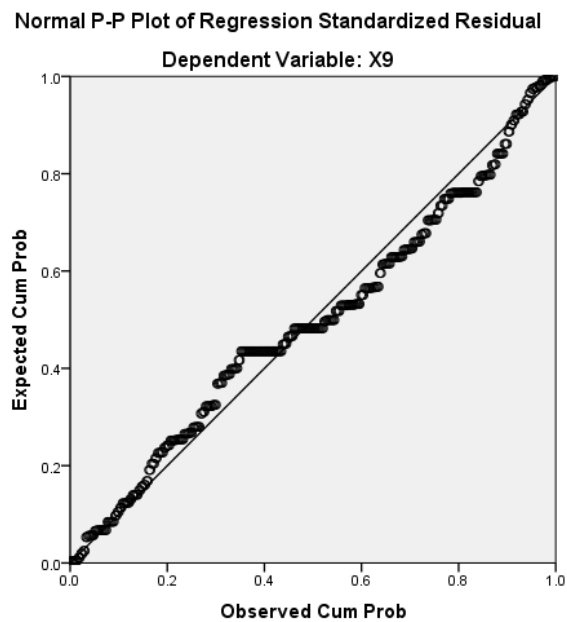


ภาพที่ 4.7 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการพัฒนาารายบุคคล (X7)

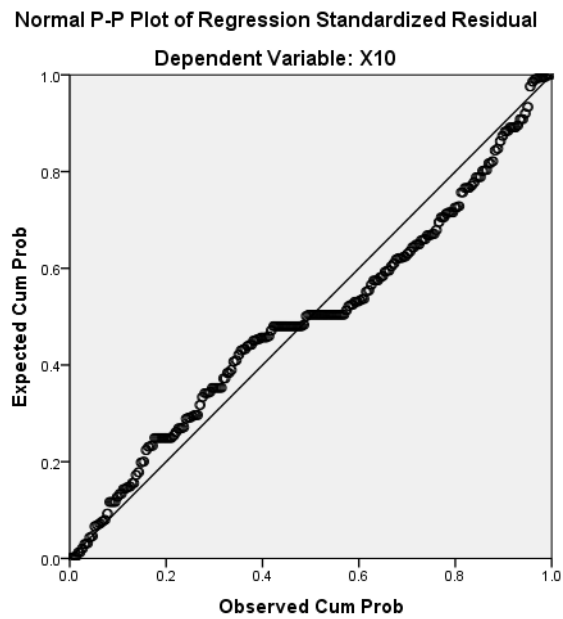




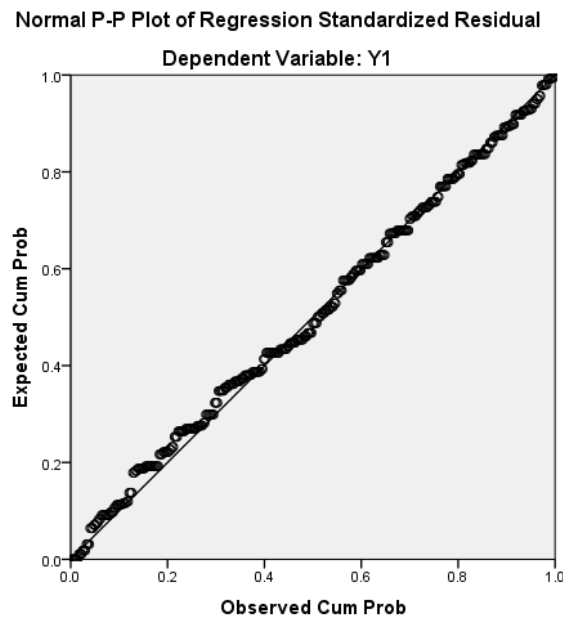
ภาพที่ 4.8 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการพัฒนาสายอาชีพ (X8)



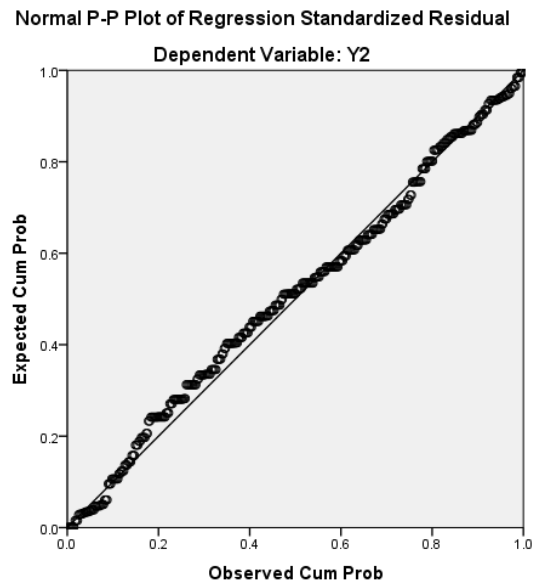
ภาพที่ 4.9 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9)



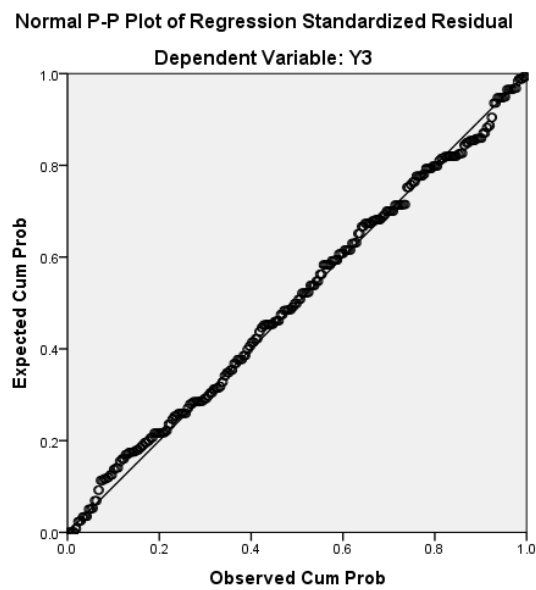
ภาพที่ 4.10 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการพัฒนาองค์กร (X10)



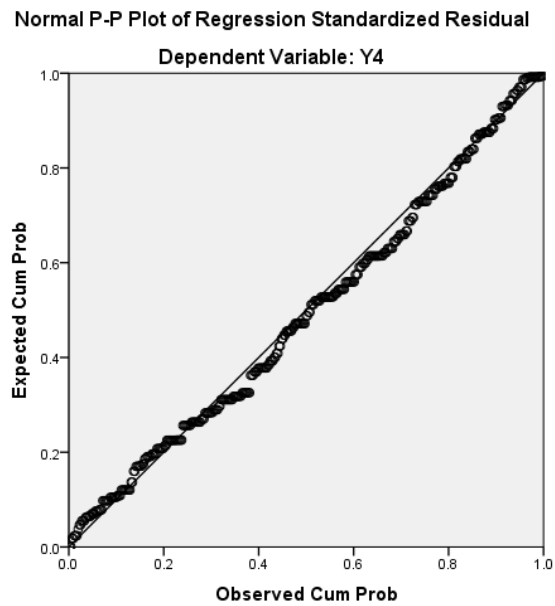
ภาพที่ 4.11 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1)



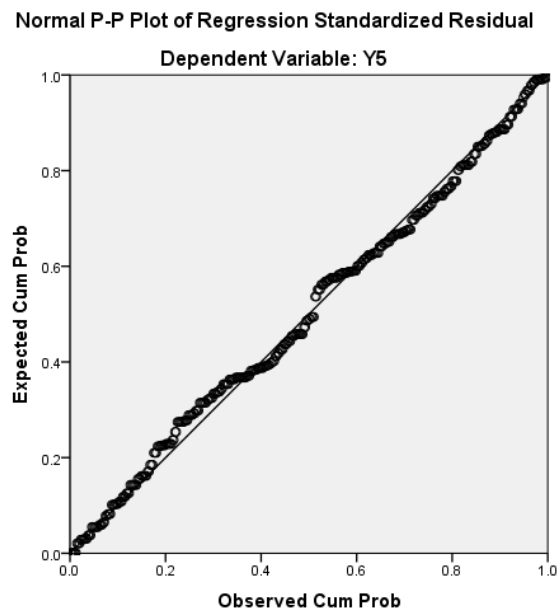
ภาพที่ 4.12 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการให้ความมั่นใจ (Y2)



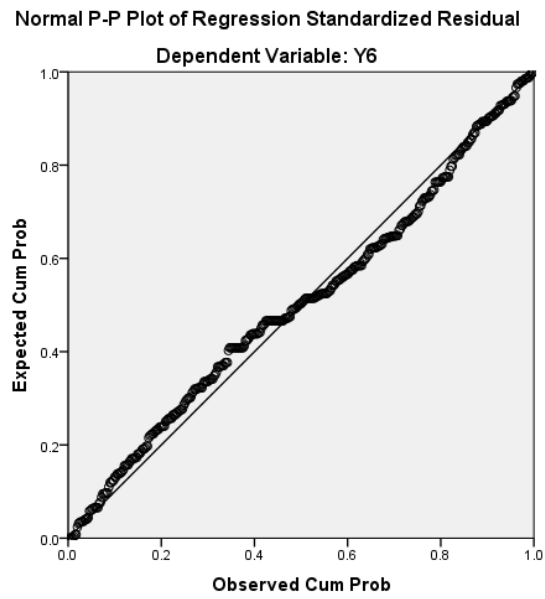
ภาพที่ 4.13 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการตอบสนองลูกค้า (Y3)



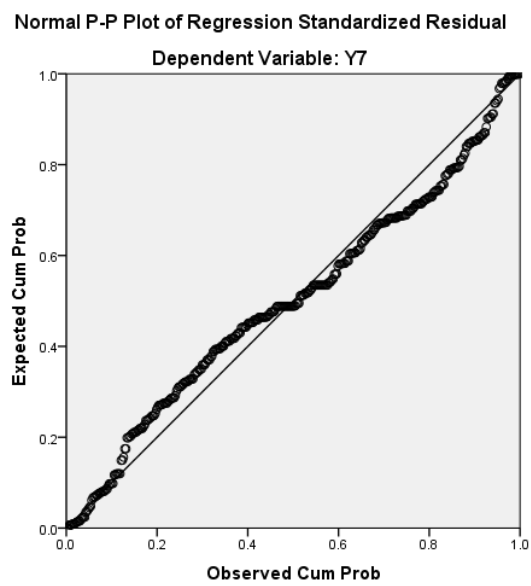
ภาพที่ 4.14 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการดูแลเอาใจใส่ (Y4)



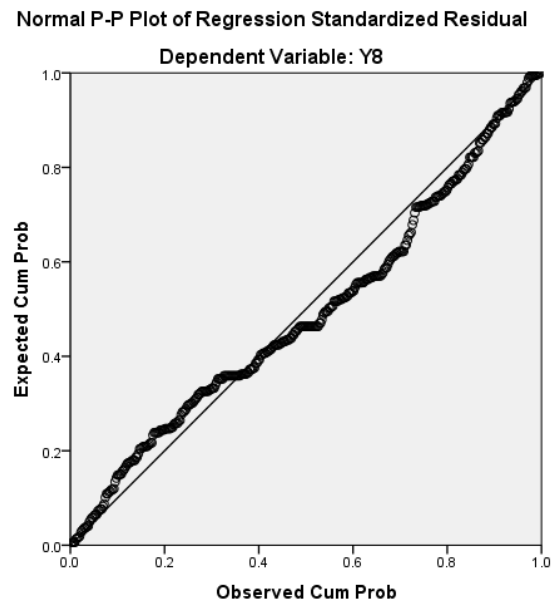
ภาพที่ 4.15 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรรูปลักษณ์ (Y5)



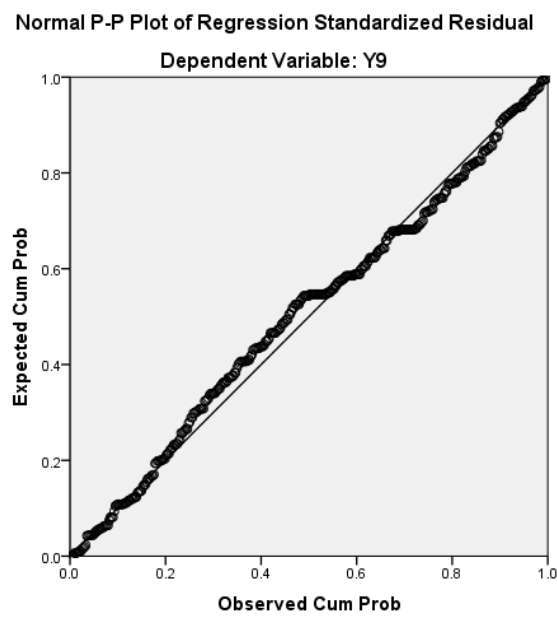
ภาพที่ 4.16 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6)



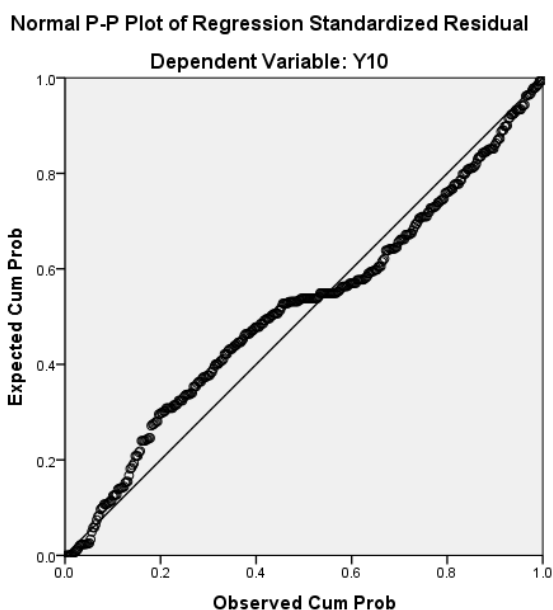
ภาพที่ 4.17 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการออกแบบบริการ (Y7)



ภาพที่ 4.18 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Y8)



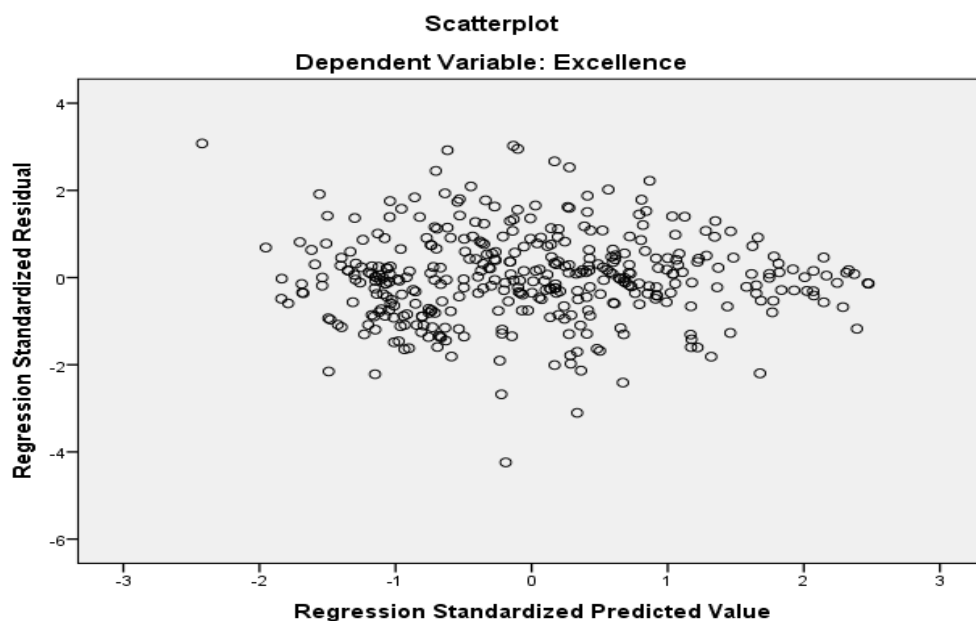
ภาพที่ 4.19 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการจัดการซื้อโรงเรียน (Y9)



ภาพที่ 4.20 การแจกแจงของข้อมูลตัวแปรการปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Y10)

#### 4.2.2 การตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity)

ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจายใช้กับการวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งตัวแปรต้นและตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Metric Variable) โดยนิยามลักษณะความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย หมายถึง คุณสมบัติของตัวแปรตามที่มีการกระจายไม่ต่างกันทุกค่าของตัวแปรต้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 50) วิธีการตรวจสอบทำได้โดยการสร้างแผนภาพการกระจายที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับค่าพยากรณ์มาตรฐาน (Standardized Predicted) เพื่อตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Pedhazur, 1997) โดยพิจารณาจากค่า Standardized Residual หากมีการกระจายแบบสุ่ม โดยไม่มีการเพิ่มหรือลดลงอย่างมีแบบแผนจึงจะสรุปได้ว่ามีเอกพันธ์ของการกระจาย (Hair, et al., 2010) ดังแผนภาพการกระจายความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับค่าพยากรณ์มาตรฐาน (Standardized Predicted Value) โดยความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Excellence) เป็นตัวแปรตาม ภาพที่ 4.21



**ภาพที่ 4.21** ความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับค่าพยากรณ์มาตรฐาน (Standardized Predicted Value) ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Excellence) เป็นตัวแปรตาม

จากภาพที่ 4.21 พบว่า ค่าเศษที่เหลือมีการกระจายอย่างไม่มีแบบแผน โดยไม่พบว่าค่าเศษที่เหลือมีรูปแบบแนวโน้มไปในทางมากขึ้นหรือลดลง สรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการมีเอกพันธ์ของการกระจาย

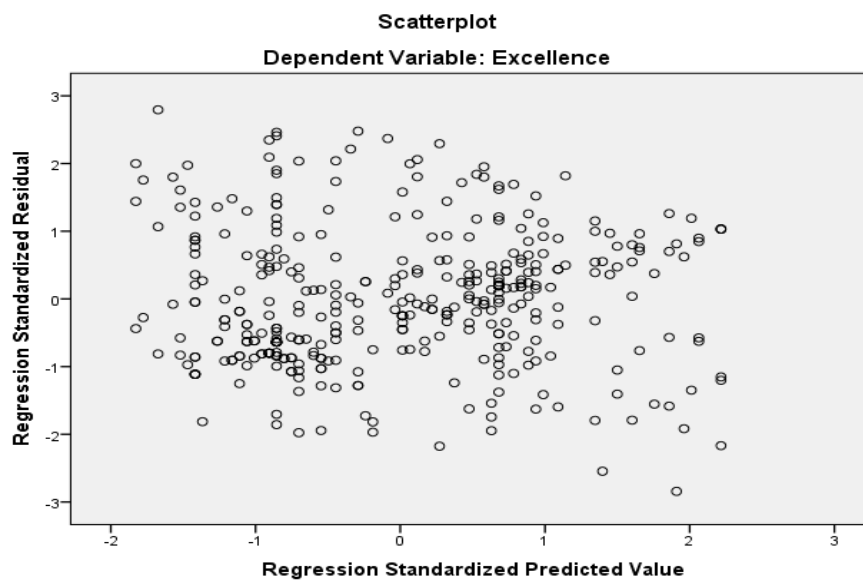
#### 4.2.3 การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม (Linearity)

สถิติวิเคราะห์ทุกประเภทมีพื้นฐานการวิเคราะห์จากสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่เป็นแบบเส้นตรง วิธีการตรวจสอบทำได้โดยการตรวจสอบแผนภาพการกระจายและการวิเคราะห์เศษที่เหลือ (Residual Analysis) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (Standardized Residual) กับตัวแปรอิสระแต่ละตัวเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 50) จากภาพการกระจายพบว่า ค่าเศษที่เหลือมีการกระจายอย่างไม่มีแบบแผน โดยไม่พบว่า ค่าเศษที่เหลือมีรูปแบบแนวโน้มไปในทางบวกมากขึ้นหรือลดลงอย่างมีแบบแผน สรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ดังภาพที่ 4.22 ถึงภาพที่ 4.24

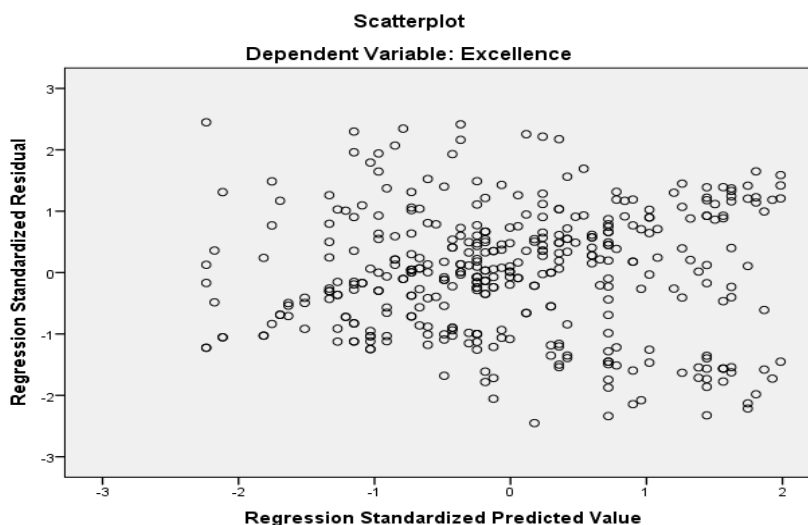




ภาพที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการ (Innovation) โดยความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Excellence) เป็นตัวแปรตาม



ภาพที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับตัวแปรอิสระ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Development) โดยความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Excellence) เป็นตัวแปรตาม



ภาพที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Residual) กับตัวแปรอิสระคุณภาพบริการ (Service) โดยความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Excellence) เป็นตัวแปรตาม

#### 4.2.4 การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ หมายถึง ภาวะที่ตัวแปรในการวิจัยที่เป็นตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันสูงมาก และมีผลเสียต่อการวิเคราะห์หาคถอย ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง วิธีการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ทำได้โดยวิเคราะห์ตรวจสอบค่าสถิติ 3 ตัวคือ Tolerance, Variance Inflation Factor (VIF) และ Condition Index ค่าสถิติ Tolerance มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นสูง ส่วนค่าที่ใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ต่ำ ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับค่าสถิติ VIF มีค่าเท่ากับส่วนกลับของค่า Tolerance จึงแปลความหมายตรงกันข้าม กล่าวคือค่า VIF ที่สูงมากแสดงว่ามีภาวะร่วมเส้นตรงพหุสูงมากในกลุ่มตัวแปรต้น ค่าสถิติ Condition Index เป็นค่าสัดส่วนความแปรปรวนวัดจากค่าไอเกน (Eigenvalue) เกณฑ์ที่ใช้ตรวจสอบคือ 30 ถ้าตัวแปรใดมีค่า Condition Index มากกว่า 30 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ทั้งนี้ค่าสถิติ Condition Index มีกระบวนการในการตรวจสอบสองขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกตรวจสอบว่าตัวแปรต้นตัวใดมีค่าเกินเกณฑ์ คือ 30 ขั้นตอนที่สองตรวจสอบสัดส่วนของความแปรปรวนของสัมประสิทธิ์การถดถอยเฉพาะตัวแปรต้นที่มีค่า Condition Index สูงกว่าเกณฑ์ หากสัดส่วนความแปรปรวนของสัมประสิทธิ์การถดถอยมีค่าสูงกว่า 0.9 แสดงว่าตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันสูง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 63)

สรุปว่าเกณฑ์ในการวัดค่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุหรือไม่ ให้ดูที่ค่า Tolerance ควรมีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10 ค่า Condition Index ควรมีค่าน้อยกว่า 30 และหากค่า Condition Index มีค่ามากกว่า 30 ให้พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระควรมีค่าน้อยกว่า 0.9 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 63)

จากตารางที่ 4.51 พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ขณะเดียวกันค่า Condition Index ทุกตัวมีค่าต่ำกว่า 30 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 0.9 สรุปว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน และไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ สามารถนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เพื่อพยากรณ์ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้

#### ตารางที่ 4.26

##### การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตัวแปร	Tolerance	VIF	Eigenvalue	Condition Index
Inno	0.559	1.788	3.957	1.000
Deve	0.629	1.590	0.026	12.458
Ser	0.850	1.176	0.010	19.573
Ex	0.535	1.867	0.007	24.349

#### 4.2.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .183 ถึง .875 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูง 3 คู่ คือ นวัตกรรมบริการ (Inno) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม (Ex) เท่ากับ .872 รองลงมา คุณภาพบริการ (Ser) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม (Ex) เท่ากับ .487 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Deve) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม (Ex) เท่ากับ .474 และนวัตกรรมบริการ (Inno) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพบริการ (Ser) เท่ากับ .474 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงแสดงในตารางที่ 4.27

## ตารางที่ 4.27

ค่าเมตริกซ์ (Correlation Matrix) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวม

ตัวแปรแฝง	Inno	Deve	Ser	Ex
Inno	1.000	-	-	-
Deve	.447**	1.000	-	-
Ser	.482**	.183*	1.000	-
Ex	.875**	.481**	.498**	1.000

หมายเหตุ \*  $p < .05$  และ \*\*  $p < .01$

#### 4.2.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.045 ถึง 0.910 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่ ผลการวิเคราะห์แสดงว่าตัวแปรทุกคู่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28

ค่าเมตริกซ์ (Correlation Matrix) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ของธุรกิจ โรงแรม

ตัวแปรแฝง	Innovation					Development					Service					Excellence				
ตัวแปรสังเกตได้	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
X1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X2	.812**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X3	.533**	.628*	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X4	.520**	.584**	.811**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X5	.634**	.764**	.596**	.576**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X6	.640**	.752**	.530**	.539**	.716**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X7	.367**	.420**	.277**	.266**	.382**	.414**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X8	.382**	.452**	.339**	.308**	.456**	.419**	.867**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X9	.351**	.405**	.277**	.240**	.409**	.394**	.879**	.899**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X10	.336**	.409**	.277**	.246**	.388**	.385**	.834**	.889**	.910**	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Y1	.359**	.408**	.342**	.310**	.418**	.442**	.056	.081*	.064	.069	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Y2	.326**	.398**	.349**	.316**	.396**	.430**	.080*	.110**	.080*	.076*	.779**	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Y3	.312**	.392**	.317**	.288**	.392**	.435**	.049	.084*	.066	.068	.787**	.712**	1	-	-	-	-	-	-	-
Y4	.279**	.353**	.317**	.271**	.372**	.359**	.045	.076*	.059	.052	.721**	.728**	.747**	1	-	-	-	-	-	-
Y5	.350**	.395**	.329**	.337**	.414**	.429**	.062	.093*	.077*	.069	.783**	.739**	.761**	.735**	1	-	-	-	-	-
Y6	.670**	.801**	.608**	.599**	.761**	.777**	.398**	.469**	.407**	.422**	.447**	.429**	.443**	.395**	.484**	1	-	-	-	-
Y7	.682**	.791**	.620**	.593**	.807**	.742**	.387**	.491**	.424**	.437**	.450**	.425**	.395**	.383**	.458**	.865**	1	-	-	-
Y8	.647**	.790**	.604**	.582**	.783**	.744**	.392**	.451**	.412**	.425**	.456**	.401**	.412**	.378**	.463**	.867**	.872**	1	-	-
Y9	.672**	.766**	.585**	.575**	.784**	.736**	.423**	.518**	.455**	.459**	.444**	.421**	.401**	.363**	.464**	.844**	.876**	.872**	1	-
Y10	.656**	.772**	.575**	.550**	.749**	.708**	.373**	.459**	.403**	.409**	.415**	.390**	.393**	.367**	.411**	.801**	.852**	.848**	.875**	1

หมายเหตุ \* p < .05 และ \*\* p < .01

### 4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor Analysis) ของโมเดลการวัดตัวแปรแฝง (Latent Variables)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบรูปแบบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ดำเนินการ ดังนี้ 1) วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และระดับผลการประเมินของตัวแปรสังเกตได้ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้าง (Construct Variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่กำหนดขึ้นจากทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ (Hair, et al., 2006, pp. 776-779) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ความตรงแบบแตกต่าง (Discriminant Validity) ด้วยโปรแกรม Mplus

#### 4.3.1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และระดับผลการประเมินของตัวแปรสังเกตได้

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพักที่เดินทางมาพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 770 ตัวอย่าง เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า อยู่ในระดับมาก ดังนี้

ปัจจัยนวัตกรรมบริการ (Service Innovation : Inno) พบว่า ด้าน) เทคโนโลยีในการให้บริการ (X6) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานผู้ให้บริการ (X2) กระบวนการให้บริการ (X3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1) ฝายสนับสนุน (X5) และการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4) ตามลำดับ ปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : Deve) พบว่า การพัฒนารายบุคคล (X7) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การพัฒนาองค์กร (X10) การพัฒนาสายอาชีพ (X8) และการบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9) ตามลำดับ ปัจจัยคุณภาพบริการ (Service Quality : Ser) พบว่า การดูแลเอาใจใส่ (Y4) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ รูปลักษณ์ (Y5) การตอบสนองลูกค้า (Y3) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1) และการให้ความมั่นใจ (Y2) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม (Organization Excellence : Ex) พบว่า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Y8)

การออกแบบบริการ (Y7) การปรับปรุงมาตรฐานบริการ (Y10) และการจัดการข้อร้องเรียน (Y9) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความเบ้ของตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีค่าเป็นลบแสดงว่าค่าเฉลี่ยมีค่าสูงมีลักษณะเบ้ซ้าย และเมื่อพิจารณาค่าความโค้งส่วนใหญ่มีค่าเป็นบวกและเข้าใกล้ 0 แสดงว่าค่าความโค้งแบนกว่าปกติ และเมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ค่าความเบ้มีค่าน้อยกว่า 2.00 และค่าความโค้งน้อยกว่า 7.00 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะเข้าใกล้การแจกแจงแบบปกติ รายละเอียด ดังตารางที่ 4.29

#### ตารางที่ 4.29

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโค้ง และระดับผลการประเมินของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	$\bar{X}$	S.D.	Sk	Ku	ระดับการประเมิน
1. Inno	X1	3.68	0.61	.297	-.378	มาก
	X2	3.71	0.60	.308	-.465	มาก
	X3	3.70	0.66	.039	-.637	มาก
	X4	3.60	0.69	.035	-.604	มาก
	X5	3.63	0.66	.070	-.223	มาก
	X6	3.72	0.67	.136	-.584	มาก
2. Deve	X7	3.57	0.66	.329	-.721	มาก
	X8	3.55	0.70	.165	-.625	มาก
	X9	3.55	0.68	.143	-.763	มาก
	X10	3.56	0.69	.029	-.357	มาก
3. Ser	Y1	3.84	0.57	.053	-.446	มาก
	Y2	3.82	0.56	.063	-.244	มาก
	Y3	3.86	0.56	-.077	-.697	มาก
	Y4	3.93	0.58	-.181	-.568	มาก

(ต่อ)

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปร สังเกตได้	$\bar{X}$	S.D.	Sk	Ku	ระดับการ ประเมิน
4. Ex	Y5	3.86	0.61	-.035	-.242	มาก
	Y6	3.71	0.66	.085	-.725	มาก
	Y7	3.67	0.68	.071	-.875	มาก
	Y8	3.71	0.63	.088	-.716	มาก
	Y9	3.61	0.73	-.108	-.647	มาก
	Y10	3.64	0.68	-.069	-.244	มาก

**4.3.2 การวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของตัวแปรแฝง (Latent Variables) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์**

4.3.2.1 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation : Inno)

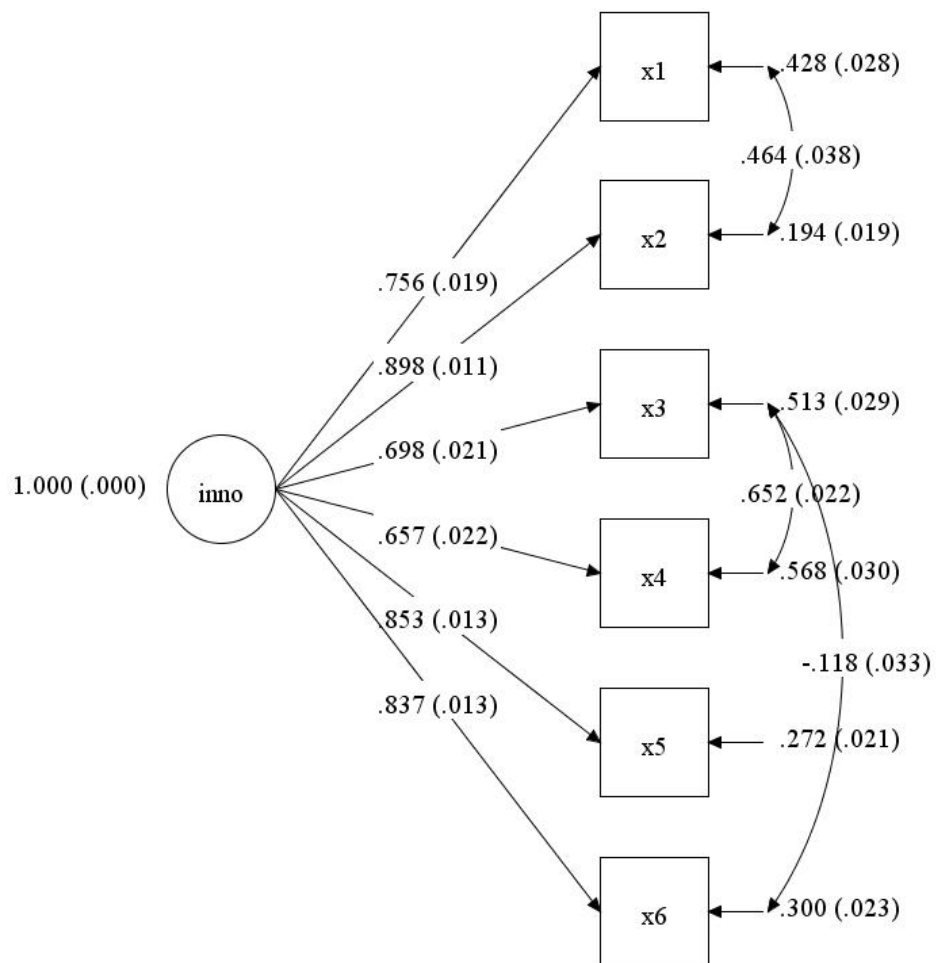
นวัตกรรมบริการ (Service Innovation : Inno) ได้ค่า Bartlett's test of Sphericity เท่ากับ 3530.574 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าดัชนี ไกเซอร์ – เมเยอร์ – ออลกิน (Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy / MSA) เท่ากับ .843 แสดงว่าปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมในระดับดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

ผลการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ จากตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 8.365 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 6 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ  $\chi^2 / df$  มีค่าเท่ากับ 1.3941 ถือว่ายอมรับได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมีค่าไม่เกิน 2 หรือ น้อยกว่า 5 กรณี โมเดลซับซ้อน (สุนทรพจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.023 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.007 สามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_r$ ) มากกว่า .6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ( $P_v$ ) มากกว่า .5 (สุกมาส อังสุโชติ, 2554, น. 29)



เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.657 ถึง 0.898 และมีความผันแปรร่วมกับโมเดล ด้านนวัตกรรมบริการ (Inno) ร้อยละ 63.20 ถึง 82.50 เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝง (Construct Reliability หรือ  $P_c$ ) จากการคำนวณพบว่า ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของนวัตกรรมบริการ (Innovation) มีค่าเท่ากับ 0.995 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ว่าค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้องมีค่าน้อยกว่า 0.6 และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) มีค่าเท่ากับ 0.974 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่  $P_v$  ควรมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปร พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ พนักงานผู้ให้บริการ (X2) ฝ่ายสนับสนุน (X5) เทคโนโลยีในการให้บริการ (X6) สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1) กระบวนการให้บริการ (X3) และการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4) มีค่าเท่ากับ 0.898, 0.853, 0.837, 0.756, 0.698 และ 0.657 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (สุภมาส อังสุโชติ, 2554, น. 29) รายละเอียดดังภาพที่ 4.25 และตารางที่ 4.30

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ฝ่ายสนับสนุน และ เทคโนโลยีในการให้บริการ รายละเอียดดังภาพที่ 4.25 และตารางที่ 4.30



$\chi^2 = 8.365$ ,  $df = 6$ ,  $\chi^2 / df = 1.3941$ ,  $p\text{-value} = 0.2126$ ,  $CFI = 0.999$ ,  $TLI = 0.998$ ,  
 $RMSEA = 0.023$ ,  $SRMR = 0.007$

ภาพที่ 4.25 องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ

## ตารางที่ 4.30

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการ	น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
X1 : สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่	0.756	0.019	40.872**	0.572
X2 : พนักงานผู้ให้บริการ	0.898	0.011	85.286**	0.806
X3 : กระบวนการให้บริการ	0.698	0.021	33.070**	0.487
X4 : การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	0.657	0.022	29.253**	0.432
X5 : ฝ้ายสนับสนุน	0.853	0.013	68.135**	0.728
X6 : เทคโนโลยีในการให้บริการ	0.837	0.013	62.032**	0.700
Chi-square = 8.365	df = 6	$\chi^2 / df = 1.3941$	p-value = 0.2126	
CFI = 0.999	TLI = .998	RMSEA = 0.023	SRMR = .007	

\*\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (z-test > 3.291)

จากตารางที่ 4.30 และภาพที่ 4.25 โมเดลการวัดตัวแปรนวัตกรรมบริการ พบว่า พนักงานผู้ให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากที่สุดเท่ากับ 0.898 รองลงมาคือ ฝ้ายสนับสนุน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.853 เทคโนโลยีในการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.837 สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.756 กระบวนการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.698 และน้อยที่สุดคือ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.657 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E) และค่าสถิติ z-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R<sup>2</sup>) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า พนักงานผู้ให้บริการ มีค่า R<sup>2</sup> มากที่สุดเท่ากับ 0.806 รองลงมาคือ ฝ้ายสนับสนุน R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.728 ถัดมาคือ เทคโนโลยีในการให้บริการ มีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.700 สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.572 กระบวนการให้บริการ ค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.487 และน้อยที่สุดคือ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.432

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรนวัตกรรมบริการ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

หลังจากการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ มีค่ามากกว่า 0.6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted (P<sub>c</sub>) ผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด คือมีค่ามากกว่า .05 ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมีค่ามากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (P<sub>c</sub>) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted : P<sub>v</sub>) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200)

#### 4.3.2.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : Deve)

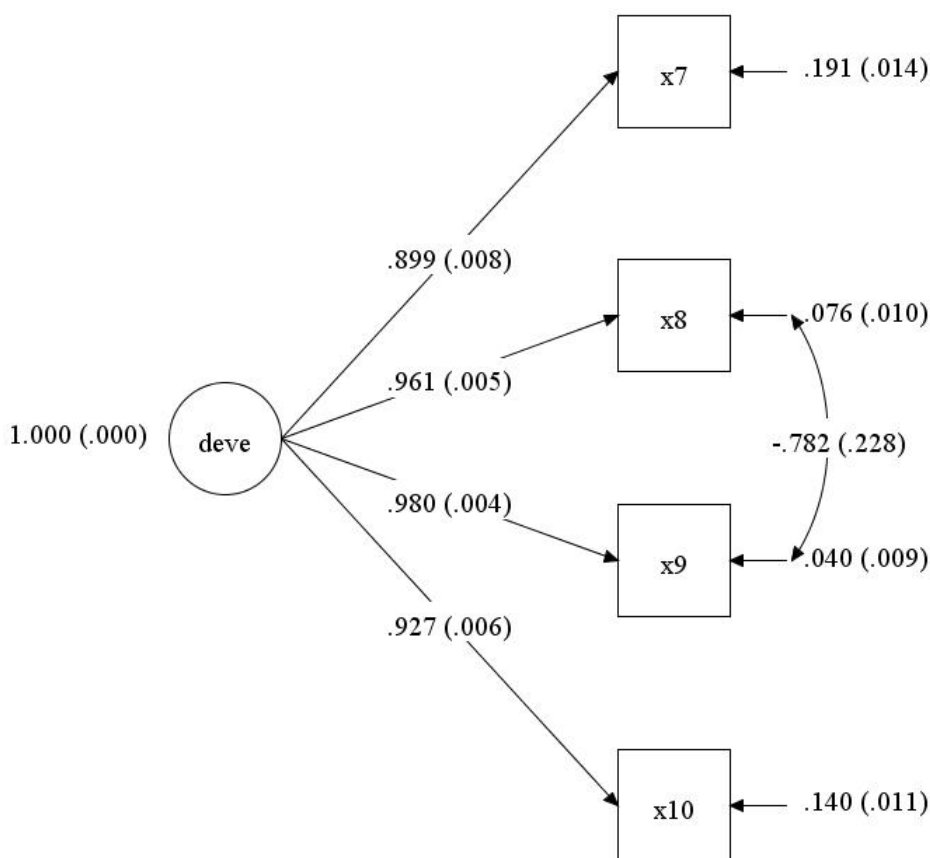
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : Deve) ได้ค่า Bartlett's test of Sphericity เท่ากับ 3993.776 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าดัชนีไกเซอร์ - เมเยอร์ - ออลคิน (Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy / MSA) เท่ากับ .866 แสดงว่าปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมในระดับดีมากสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 0.750 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 1 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ  $\chi^2 / df$  มีค่าเท่ากับ 0.750 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมีค่าไม่เกิน 2 หรือ น้อยกว่า 5 กรณีโมเดลซับซ้อน (สุนทรพจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.000 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.001 สามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (P<sub>c</sub>) มากกว่า .6 และค่าความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (P<sub>v</sub>) มากกว่า .5 (สุกมาส อังสุโชติ, 2552, น. 29)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.899 ถึง 0.980 และมีความผันแปรร่วมกับโมเดล ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Development) ร้อยละ 88.00 ถึง 93.50 เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability หรือ P<sub>c</sub>) จากการคำนวณพบว่า ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Development) มีค่าเท่ากับ 0.998 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ว่าค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้องมีค่าน้อย 0.6 (สุกมาส อังสุโชติ, 2552, น. 29) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance

Extracted :  $P_v$ ) มีค่าเท่ากับ 0.993 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่  $P_v$  ควรจะมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปร พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ การบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9) การพัฒนาสายอาชีพ (X8) การพัฒนาองค์กร (X10) และการพัฒนารายบุคคล (X7) มีค่าเท่ากับ 0.980, 0.961, 0.927 และ 0.899 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง  $P_c$  และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200) รายละเอียดดังภาพที่ 4.26 และตารางที่ 4.31

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การพัฒนารายบุคคล การพัฒนาสายอาชีพ การบริหารผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์กร รายละเอียดดังภาพที่ 4.26 และตารางที่ 4.31



$\chi^2 = 0.750$ ,  $df = 1$ ,  $\chi^2 / df = 0.750$ ,  $p\text{-value} = 0.3865$ ,  $CFI = 1.000$ ,  $TLI = 1.000$ ,  
 $RMSEA = 0.000$ ,  $SRMR = 0.001$

ภาพที่ 4.26 องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

## ตารางที่ 4.31

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
X7 : การพัฒนารายบุคคล	0.899	0.008	117.842**	0.809
X8 : การพัฒนาสายอาชีพ	0.961	0.005	179.377**	0.924
X9 : การบริหารผลการปฏิบัติงาน	0.980	0.004	224.422**	0.960
X10 : การพัฒนาองค์การ	0.927	0.006	152.623**	0.860
Chi-square = 0.750	df = 1	$\chi^2 / df = 0.750$	p-value = 0.3865	
CFI = 1.000	TLI = 1.000	RMSEA = 0.000	RMR = .001	

\*\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (z-test &gt; 3.291)

จากตารางที่ 4.31 และภาพที่ 4.26 โมเดลการวัดตัวแปรการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า การบริหารผลการปฏิบัติงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากที่สุดเท่ากับ 0.980 รองลงมาคือ การพัฒนาสายอาชีพ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.961 การพัฒนาองค์การ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.927 และน้อยที่สุดคือ การพัฒนารายบุคคล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.899 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E) และค่าสถิติ Z-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R<sup>2</sup>) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า การบริหารผลการปฏิบัติงาน มีค่า R<sup>2</sup> มากที่สุดเท่ากับ 0.960 รองลงมาคือ การพัฒนาสายอาชีพ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.924 ถัดมาคือ การพัฒนาองค์การ มีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.860 และน้อยที่สุดคือ การพัฒนารายบุคคล R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.809

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ มีค่ามากกว่า 0.6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted : P<sub>v</sub>) ผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด คือ มีค่ามากกว่า .05 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดผ่านเกณฑ์ข้อกำหนด มีค่าเท่ากับ 0.960, 0.924, 0.860 และ 0.809 ตามลำดับ ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมีค่ามากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้

เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง  $P_c$  และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200)

#### 4.3.2.3 คุณภาพบริการ (Service Quality : Ser)

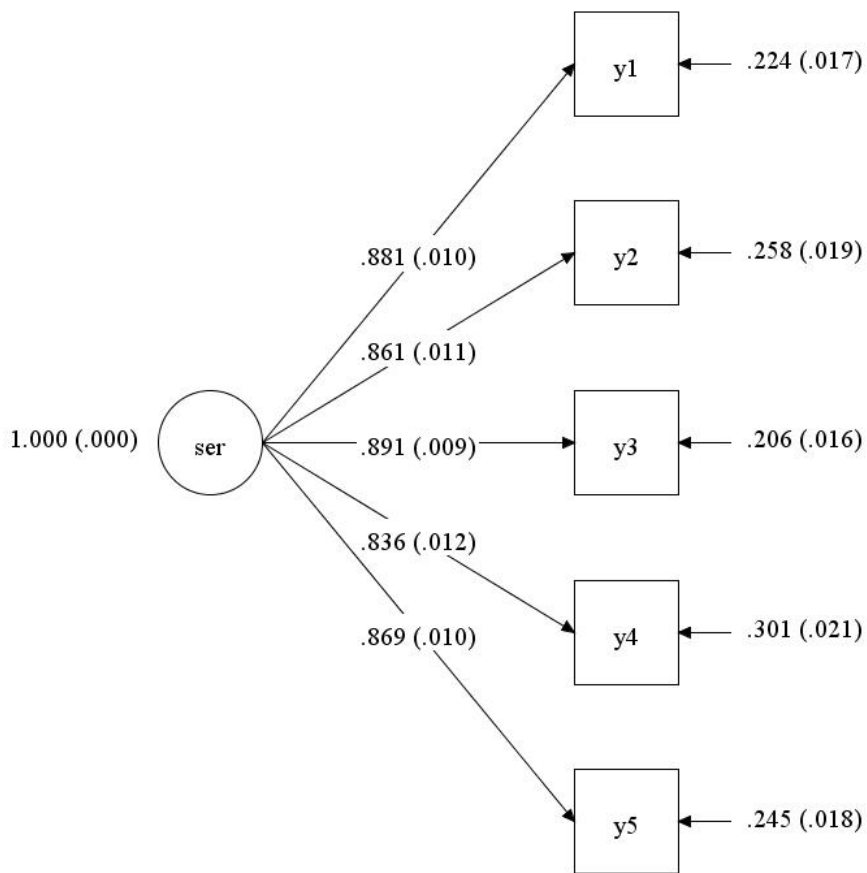
คุณภาพบริการ (Service Quality : Ser) ได้ค่า Bartlett's test of Sphericity เท่ากับ 3257.855 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าดัชนี ไกเซอร์ – เมเยอร์ – ออลกิน (Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy / MSA) เท่ากับ .909 แสดงว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการของโรงแรม มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมในระดับดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านคุณภาพบริการ จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 15.340 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 5 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ  $\chi^2 / df$  มีค่าเท่ากับ 3.068 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมีค่าไม่เกิน 2 หรือ น้อยกว่า 5 กรณีโมเดลซับซ้อน (สุนทรพจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.052 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 (สุกมาส อังสุโชติ, 2554, น. 29) และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.008 แต่อย่างไรก็ตามสามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) มากกว่า .6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ( $P_v$ ) มากกว่า .5 (สุกมาส อังสุโชติ, 2554, น. 29)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.836 ถึง 0.891 และมีความผันแปรร่วมกับโมเดล ด้านคุณภาพบริการ (Service) ร้อยละ 76.80 ถึง 82.90 เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability หรือ  $P_c$ ) จากการคำนวณพบว่า ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างคุณภาพบริการของโรงแรม (Service) มีค่าเท่ากับ 0.973 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ว่าค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้องมีค่าน้อยกว่า 0.6 (สุกมาส อังสุโชติ, 2552, น. 29) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) มีค่าเท่ากับ 0.986 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่  $P_v$  ควรมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณา ในระดับตัวแปรพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ การตอบสนองลูกค้า (Y3) มีค่าเท่ากับ 0.891 รองลงมา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1) มีค่าเท่ากับ 0.881 รูปลักษณ์ (Y5) มีค่าเท่ากับ 0.869 การให้ความมั่นใจ (Y2) มีค่าเท่ากับ 0.861 และการดูแลเอาใจใส่ (Y4) มีค่าเท่ากับ

0.836 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมากกว่า 0.5 แต่อย่างไรก็ตามสามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_v$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200) รายละเอียดดังภาพที่ 4.27 และตารางที่ 4.32

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดของตัวแปรคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การให้ความมั่นใจ การให้การตอบสนอง ลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ รายละเอียดดังภาพที่ 4.27 และตารางที่ 4.32



$\chi^2 = 15.340$ ,  $df = 5$ ,  $\chi^2 / df = 3.068$ ,  $p\text{-value} = 0.0090$ ,  $CFI = 0.997$ ,  $TLI = 0.994$ ,  
 $RMSEA = 0.052$ ,  $SRMR = 0.008$

ภาพที่ 4.27 องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านคุณภาพบริการ



## ตารางที่ 4.32

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ	น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
Y1 : ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.881	0.010	90.704**	0.776
Y2 : การให้ความมั่นใจ	0.861	0.011	79.510**	0.742
Y3 : การตอบสนองลูกค้า	0.891	0.009	97.738**	0.794
Y4 : การดูแลเอาใจใส่	0.836	0.012	68.071**	0.699
Y5 : รูปลักษณ์	0.869	0.010	83.554**	0.755
Chi-square = 15.340	df = 5	$\chi^2 / df = 3.068$	p-value = 0.0090	
GFI = 0.997	TLI = 0.994	RMSEA = .052	RMR = .008	

\*\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (z-test > 3.291)

จากตารางที่ 4.32 และภาพที่ 4.27 โมเดลการวัดตัวแปรคุณภาพบริการของโรงแรม พบว่า การตอบสนองลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากที่สุดเท่ากับ 0.891 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.881 รูปลักษณ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.869 การให้ความมั่นใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.861 และน้อยที่สุดคือ การดูแลเอาใจใส่ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.836 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E) และค่าสถิติ z-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R<sup>2</sup>) ซึ่งเป็นค่าที่บอกลักษณะความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า การตอบสนองลูกค้า มีค่า R<sup>2</sup> มากที่สุดเท่ากับ 0.794 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.776 ถัดมาคือ รูปลักษณ์ มีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.755 การให้ความมั่นใจ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.742 และน้อยที่สุดคือ การดูแลเอาใจใส่ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.699

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรคุณภาพบริการของโรงแรม พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (P<sub>c</sub>) ของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ มีค่ามากกว่า 0.6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted : P<sub>v</sub>) ผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด คือมีค่ามากกว่า .05 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้ผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด สามารถยอมรับได้ เนื่องจากค่าความ

เชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200)

#### 4.3.2.4 ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม (Organization Excellence : Ex)

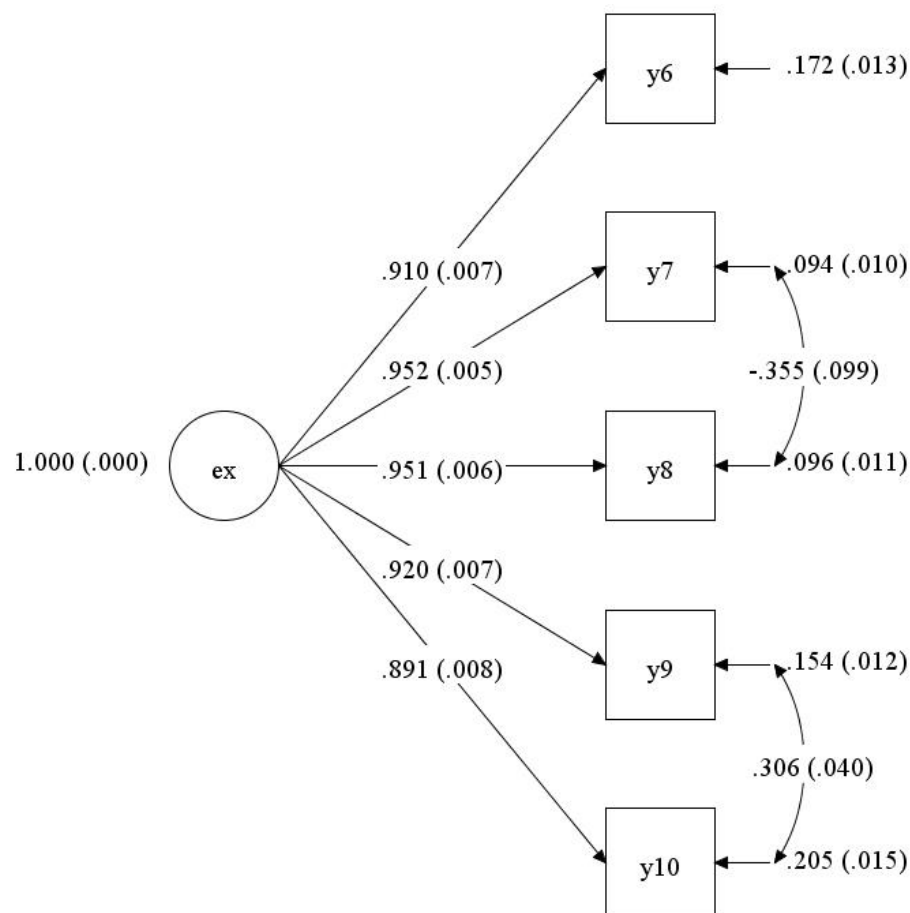
ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม (Organization Excellence : Excellence) ได้ค่า Bartlett's test of Sphericity เท่ากับ 4922.528 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าดัชนี ไกเซอร์ - เมเยอร์ - ออลกิน (Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling Adequacy / MSA) เท่ากับ .915 แสดงว่าปัจจัยด้านความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมในระดับดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 6.534 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 3 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ  $\chi^2 / df$  มีค่าเท่ากับ 2.178 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมีค่าไม่เกิน 2 หรือ น้อยกว่า 5 กรณีโมเดลซับซ้อน (สุนทร พจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.039 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.003 สามารถยอมรับได้หากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) มากกว่า .6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ( $P_v$ ) มากกว่า .5 (สุกมาส อังศุโชติ, 2554, น. 29)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ใน โมเดล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าน้ำหนักเป็นบวกมีค่าตั้งแต่ 0.891 ถึง 0.952 และมีความผันแปรร่วมกับโมเดล ด้านความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม (Excellence) ร้อยละ 86.40 ถึง 90.20 เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability หรือ  $P_c$ ) จากการคำนวณ พบว่า ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม (Excellence) มีค่าเท่ากับ 0.998 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ว่าค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้องมีค่าน้อย 0.6 (สุกมาส อังศุโชติ, 2554, น. 29) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) มีค่าเท่ากับ 0.992 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่  $P_v$  ควรมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณา ในระดับตัวแปร พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนดซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้หากค่า

ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น.200) รายละเอียดดังภาพที่ 4.28 และตารางที่ 4.33

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดของตัวแปรความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การออกแบบบริการ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการปรับปรุงมาตรฐานบริการ รายละเอียดดังภาพที่ 4.28 และตารางที่ 4.33



$$\chi^2 = 6.534, df = 3, \chi^2 / df = 2.178, p\text{-value} = 0.0883, CFI = 999, TLI = 0.998,$$

$$RMSEA = 0.039, SRMR = 0.003$$

ภาพที่ 4.28 องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม

## ตารางที่ 4.33

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจ  
โรงแรม

ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม	น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
Y6 : การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า	0.910	0.007	129.692**	0.828
Y7 : การออกแบบบริการ	0.952	0.005	173.641**	0.906
Y8 : การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ	0.951	0.006	170.776**	0.904
Y9 : การจัดการข้อร้องเรียน	0.920	0.007	137.749**	0.846
Y10 : การปรับปรุงมาตรฐานบริการ	0.891	0.008	108.846**	0.795
Chi-square = 6.534	df = 3	$\chi^2 / df = 2.178$	p-value = 0.0883	
GFI = 0.999	TLI = 0.998	RMSEA = 0.039	RMR = .003	

\*\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (z-test > 3.291)

จากตารางที่ 4.33 และภาพที่ 4.28 โมเดลการวัดตัวความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม พบว่า การออกแบบบริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากที่สุดเท่ากับ 0.952 รองลงมาคือ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.951 การจัดการข้อร้องเรียน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.920 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.910 และน้อยที่สุดคือ การปรับปรุงมาตรฐานบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.891 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E) และค่าสถิติ z-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R<sup>2</sup>) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า การออกแบบบริการ มีค่า R<sup>2</sup> มากที่สุดเท่ากับ 0.906 รองลงมาคือ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.904 ถัดมาคือ การจัดการข้อร้องเรียน มีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.846 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า มีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.828 และน้อยที่สุดคือ การปรับปรุงมาตรฐานบริการ R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.795

ผลการวิเคราะห์ โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากการปรับ โมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (P<sub>c</sub>) ของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ มีค่ามากกว่า 0.6 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted : P<sub>v</sub>) ผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด คือมีค่า

มากกว่า .05 มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนด ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดควรมีค่ามากกว่า 0.5 สามารถยอมรับได้ เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (กุศล ศรีสารคาม, 2557, น. 200)

#### 4.3.3 การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

4.3.3.1 น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) หากค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าสูง แสดงว่ามีจุดศูนย์รวมร่วมกันสูง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบดูได้จากค่า Lambda-X หรือ Lambda-Y

4.3.3.2 ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป คำนวณได้จากสมการ

$$P_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)} \quad (4-1)$$

$P_c$  = ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability)

$\lambda$  = น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) หรือก็คือค่า Lambda-X หรือ Lambda-Y

$\theta$  = ค่าคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนของตัวแปร (Error Variance)

$\sum$  = ผลรวม

4.3.3.3 **Variance Extracted ( $P_v$ )** ค่าที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คำนวณได้จากสมการ (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554)

$$P_v = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \theta} \quad (4-2)$$

$P_v$  = Variance extracted ของแต่ละตัวแปร

$\lambda$  = น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) หรือก็คือค่า Lambda-X หรือ Lambda-Y

$\theta$  = ค่าคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนของตัวแปร (Error Variance)

$\sum$  = ผลรวม

สรุปภาพรวมการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ควรผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า Variance Extracted มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Hair, et al, 2010) ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คือมีค่า 0.952, 0.951, 0.920, 0.910 และ 0.891 ตามลำดับ สามารถยอมรับได้เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ (สุภมาศ อังสุโชติ และคณะ, 2554) รายละเอียดของน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ( $P_c$ ) และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Average Variance Extracted :  $P_v$ ) แสดงในตารางที่ 4.34

#### ตารางที่ 4.34

##### ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์

ตัวแปรแฝง (Variable)	ตัวแปรสังเกตได้ (Items)	ค่าน้ำหนัก (Lamda)	ความแปรปรวนร่วม (Theta-Delta)	$P_c$	$P_v$
Inno	X1	0.756	0.019	0.995	0.974
	X2	0.898	0.011		
	X3	0.698	0.021		
	X4	0.657	0.022		
	X5	0.853	0.013		
	X6	0.837	0.013		
Deve	X7	0.899	0.008	0.998	0.973
	X8	0.961	0.005		
	X9	0.980	0.004		
	X10	0.827	0.006		
Ser	Y1	0.881	0.010		
	Y3	0.861	0.011		
	Y3	0.891	0.009		

(ต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง (Variable)	ตัวแปรสังเกตได้ (Items)	ค่าน้ำหนัก (Lamda)	ความแปรปรวนร่วม (Theta-Delta)	$P_c$	$P_v$
Ex	Y4	0.836	0.012	0.973	0.986
	Y5	0.869	0.010		
	Y6	0.910	0.007		
	Y7	0.952	0.005		
	Y8	0.951	0.006		
	Y9	0.920	0.007		
	Y10	0.891	0.008		

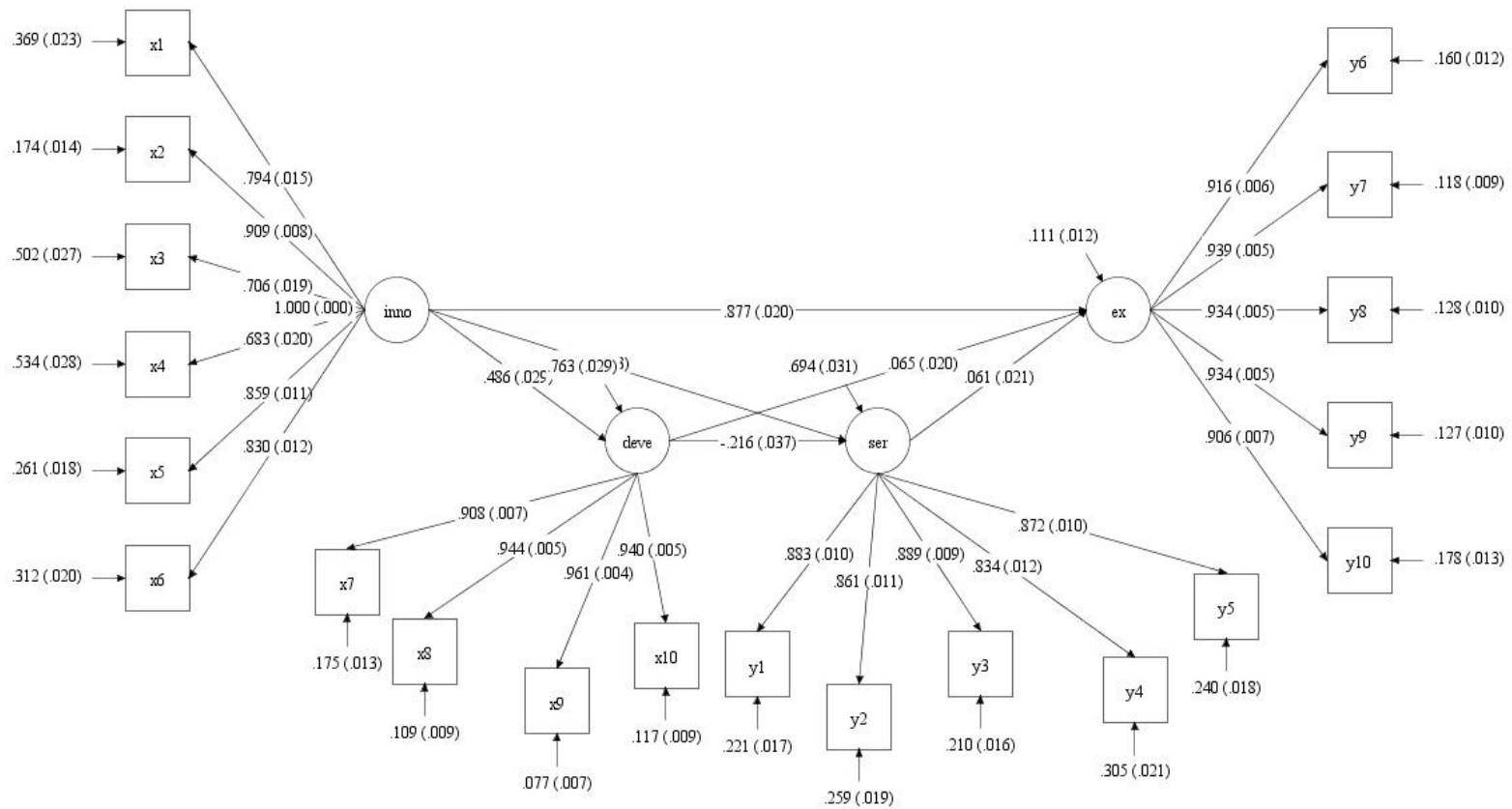
#### 4.4 ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลและการทดสอบสมมติฐาน โดยทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรม Mplus เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิเคราะห์เส้นทางของโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย นวัตกรรมบริการ เป็นตัวแปรแฝงภายนอก อันได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ฝ่ายสนับสนุน และเทคโนโลยีในการให้บริการ เป็นตัวแปรสาเหตุ มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย การพัฒนารายบุคคล การพัฒนาสายอาชีพ การบริหารผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์กร เป็นตัวแปรสาเหตุ ตัวแปรแฝงภายใน คุณภาพบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การให้ความมั่นใจ การตอบสนองลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ และตัวแปรแฝงภายในความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การออกแบบบริการ การปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการปรับปรุงมาตรฐานบริการ โดยมีการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นการนำเสนอโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาเพื่อสร้างโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือโมเดลสมมติฐาน (Hypothesized Model) และโมเดลที่สองเป็นโมเดลที่ได้จากการปรับ (Modified Model)

#### 4.4.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางโมเดลเชิงสาเหตุสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์เส้นทางโมเดลเชิงสาเหตุตามโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐาน ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพัก รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.29 และตารางที่ 4.35





$\chi^2 = 1129.736$ ,  $df = 164$ ,  $\chi^2 / df = 6.888$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ ,  $CFI = 0.946$ ,  $TLI = 0.937$ ,  $RMSEA = 0.087$ ,  $SRMR = 0.033$

**ภาพที่ 4.29** โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Hypothesized Structural Equation Model)

ตารางที่ 4.35

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรแฝง	ค่า น้ำหนัก	S.E	z-test	ตัวแปร สังเกต ได้	ค่า น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
1. Inno	0.877	0.202	44.429	X1	0.794	0.015	54.221**	0.631
				X2	0.909	0.008	115.432**	0.826
				X3	0.706	0.019	36.796**	0.498
				X4	0.683	0.020	33.552**	0.466
				X5	0.859	0.011	80.828**	0.739
				X6	0.830	0.012	67.281**	0.688
2. Deve	0.065	0.020	3.217	X7	0.908	0.007	129.608**	0.825
				X8	0.944	0.005	193.080**	0.891
				X9	0.961	0.004	247.933**	0.923
				X10	0.940	0.005	187.869**	0.883
3. Ser	0.061	0.021	2.902	Y1	0.883	0.010	92.722**	0.779
				Y2	0.861	0.011	79.530**	0.741
				Y3	0.889	0.009	96.768**	0.790
				Y4	0.834	0.012	67.485**	0.695
				Y5	0.872	0.010	85.650**	0.760
4. Ex	-	-	-	Y6	0.916	0.006	142.679**	0.840
				Y7	0.939	0.005	189.588**	0.882
				Y8	0.934	0.005	176.976**	0.872
				Y9	0.934	0.005	177.790**	0.873
				Y10	0.906	0.007	128.501**	0.822

\*\*\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (z - test > 3.291)

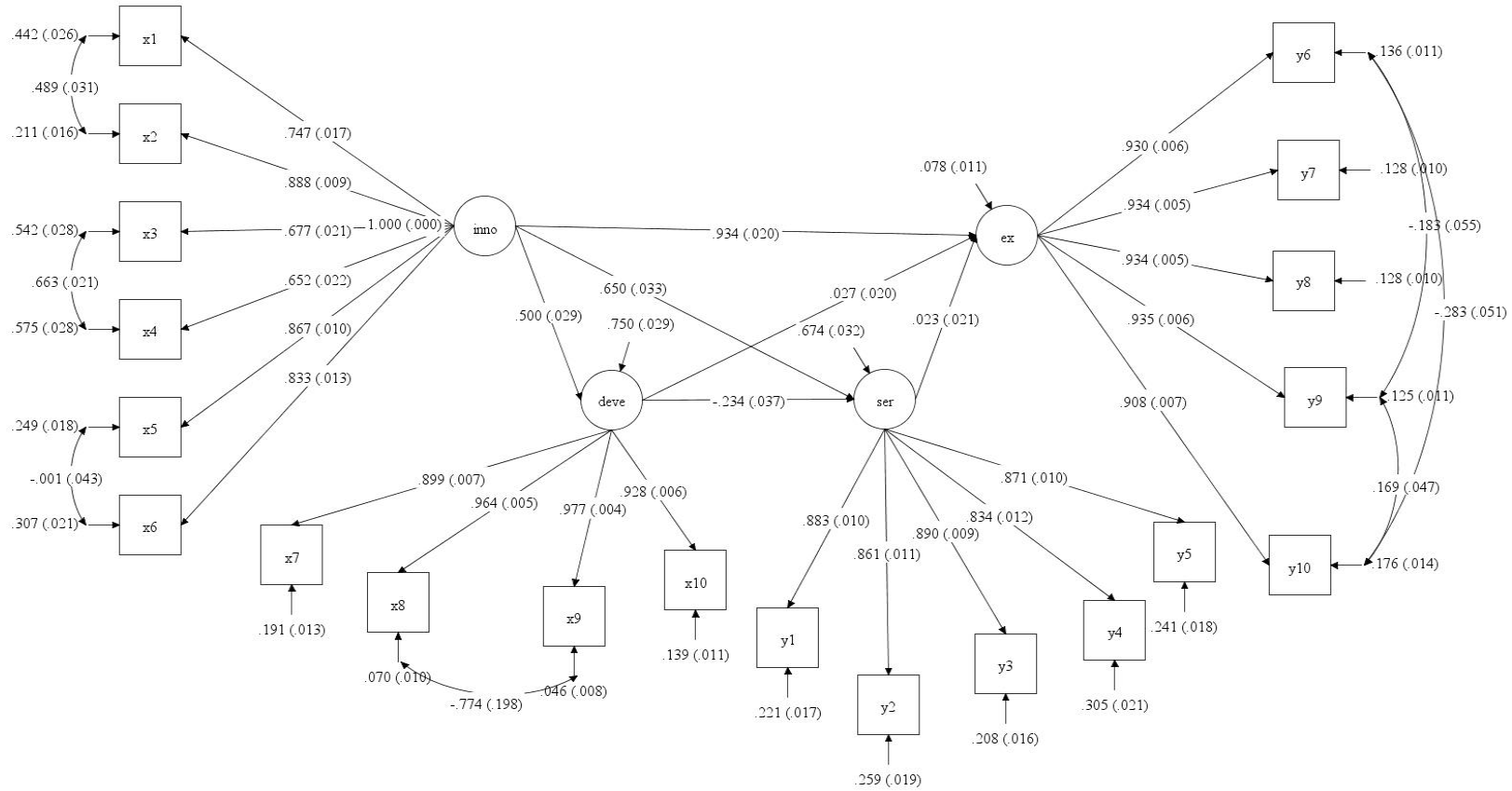
จากตารางที่ 4.35 และที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพัก พบว่า กรอบแนวความคิดที่สร้างตามสมมติฐานไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 1129.736 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 164 แตกต่างจาก ศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.0000 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2 / df$ ) มีค่าเท่ากับ 6.888 CFI มีค่าเท่ากับ 0.946 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.9) TLI มีค่าเท่ากับ 0.937 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.9) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณ ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.087 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.05) และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.033 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05) (ศุภมาส อังสุโชติ, 2554, น. 29)

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดที่สร้างตามสมมติฐานต้องมีการปรับโมเดลโดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งตรงกับสภาพความเป็นจริง ผู้วิจัยทำการปรับ โมเดลเพื่อให้กรอบแนวความคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### 4.4.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างหลังการปรับแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุตามโมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับโมเดล แสดงนวัตกรรมบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการที่นำไปสู่ความเป็นเลิศทางการบริการธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ตัวแปรสาเหตุ คือ นวัตกรรมบริการ บริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการ เป็นตัวแปรสาเหตุ โดยมีความเป็นเลิศทางการบริการเป็นตัวแปรแฝงภายใน

การปรับ โมเดลเพื่อให้โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Variance) มีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง ค่าความคลาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับแก้โมเดลทั้งหมด จำนวน 18 ครั้ง และผลหลังการปรับโมเดลผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและผู้เข้าพัก หลังการปรับแสดงดังภาพที่ 4.30 และตารางที่ 4.36



$\chi^2 = 312.069$ ,  $df = 147$ ,  $\chi^2 / df = 2.122$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ ,  $CFI = 0.991$ ,  $TLI = 0.988$ ,  $RMSEA = 0.038$ ,  $SRMR = 0.020$

ภาพที่ 4.30 โมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับแสดงนวัตกรรมบริการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพบริการที่นำไปสู่ความเป็นเลิศทางการบริการธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Structural Equation Model)

## ตารางที่ 4.36

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามโมเดลที่ปรับใหม่ (Modified Structural Equation Model)

ตัวแปรแฝง	ค่า น้ำหนัก	S.E	z-test	ตัวแปร สังเกต ได้	ค่า น้ำหนัก	S.E	z-test	R <sup>2</sup>
1. Inno	0.815	0.164	4.964	X1	0.747	0.017	43.365**	0.558
				X2	0.888	0.009	97.205**	0.789
				X3	0.677	0.021	32.914**	0.458
				X4	0.652	0.022	29.994**	0.425
				X5	0.867	0.010	82.561**	0.751
				X6	0.833	0.013	66.197**	0.693
2. Deve	-0.045	0.023	-1.966	X7	0.899	0.007	120.27**	0.809
				X8	0.964	0.005	193.779**	0.930
				X9	0.977	0.004	233.026**	0.954
				X10	0.928	0.006	156.756**	0.861
3. Ser	0.157	0.165	0.953	Y1	0.883	0.010	92.882**	0.779
				Y2	0.861	0.011	79.931**	0.741
				Y3	0.890	0.009	97.758**	0.792
				Y4	0.834	0.012	67.431**	0.695
				Y5	0.871	0.010	85.339**	0.759
4. Ex	-	-	-	Y6	0.930	0.006	154.370**	0.864
				Y7	0.934	0.005	176.855**	0.872
				Y8	0.934	0.005	180.532**	0.872
				Y9	0.935	0.006	165.078**	0.875
				Y10	0.908	0.007	121.952**	0.824

\*\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $2.576 < z - test \leq 3.291$ )

จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและผู้เข้าพัก พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 312.069 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 147 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p - value) มีค่าเท่ากับ 0.000 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2 / df$ ) มีค่าเท่ากับ 2.122 (ตามมาตรฐาน ควรมีค่าไม่เกิน 2.0 หรือ น้อยกว่า 5 กรณี โมเดลซับซ้อน CFI มีค่าเท่ากับ 0.991 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.9) TLI มีค่าเท่ากับ 0.988 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.9) เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.038 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรืออยู่ระหว่าง 0.05 ถึง 0.08) (สุนทรพจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33) และค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR : Standardized Root Mean Squared Residual) มีค่าเท่ากับ 0.020 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.08) (สุนทรพจน์ ดำรงพานิช, 2555, น. 33)

ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลตามโมเดลสมการ โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำเสนอเป็นสองส่วนคือ 1) โมเดลการวัดซึ่งประกอบด้วยเส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน 2) เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรสาเหตุกับตัวแปรแฝงภายใน ผลการวิเคราะห์แสดงดังจากตารางที่ 4.62 และภาพที่ 4.32

1) ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (measurement model) ใน โมเดลสมการ โครงสร้างหลังการปรับแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายในความเป็นเลิศทางการบริการ (Ex) พบว่า ตัวแปรองค์ประกอบที่สามารถอธิบายการความเป็นเลิศทางการบริการได้ดีที่สุด คือ การจัดการข้อร้องเรียน (Y9) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.935 รองลงมาได้แก่ การออกแบบบริการ (Y7) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.934 การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ (Y8) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.934 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.930 และค่าน้อยที่สุดคือ การปรับปรุงมาตรฐานการบริการ (Y10) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.908

2) ผลการวิเคราะห์ในส่วน of โมเดลสมการ โครงสร้างหลังการปรับแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างระหว่างตัวแปรสาเหตุ และตัวแปรแฝงภายในพบว่า ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายในประกอบด้วย ตัวแปร นวัตกรรมบริการ (Immo) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (X2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด เท่ากับ 0.888 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รองลงมา คือ ด้านฝ่ายสนับสนุน (X5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.867 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านเทคโนโลยีในการ ให้บริการ (X6) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.833 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.747 อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กระบวนการให้บริการ (X3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.677 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 น้อยที่สุดคือ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4) มีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางเท่ากับ 0.652 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Deve) ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน (X9) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด เท่ากับ 0.977 อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รองลงมา คือ การพัฒนาสายอาชีพ (X8) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.964 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การพัฒนาองค์การ (X10) มีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง เท่ากับ 0.928 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และน้อยที่สุด คือ การพัฒนารายบุคคล (X7) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.899 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และคุณภาพบริการ (Ser) ด้านการตอบสนองลูกค้า (Y3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด เท่ากับ 0.890 อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1) มีค่า สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.883 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านรูปลักษณ์ (Y5) ) มีค่า สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.871 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การให้ความมั่นใจ (Y2) มี ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.861 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และน้อยที่สุด คือ การ ดูแลเอาใจใส่ (Y4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.834 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

#### 4.4.3 การเปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่าง โมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน (Hypothesized Model) และโมเดลที่ปรับเปลี่ยน (Modified Model)

เมื่อนำผลการวิเคราะห์ทั้งสองโมเดลมาเปรียบเทียบกัน พบว่า หลังจากการปรับ โมเดลตามคุณสมบัติเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติด้วยโปรแกรม Mplus ซึ่งยอมให้ความ คลาดเคลื่อน (Error Variance) มีความสัมพันธ์กันได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ส่งผลทำให้โมเดลที่ ได้รับการปรับเปลี่ยนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังรายละเอียดตารางที่ 4.37

## ตารางที่ 4.37

เปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน (*Hypothesized Model*) และโมเดลที่ปรับใหม่ (*Modified Model*)

Test Statistics	Hypothesized Model (ก่อนปรับโมเดล)	Modified Model (หลังปรับโมเดล)	เกณฑ์มาตรฐาน ที่ยอมรับได้
Chi-square ( $\chi^2$ )	1129.736	312.069	-
df	164	147	-
p-value	0.000	0.000	มากกว่า 0.05
$\chi^2 / df$	6.888	2.122	น้อยกว่า 2.0 หรือน้อยกว่า 5 (กรณีโมเดลซับซ้อน)
CFI	0.946	0.991	มากกว่า 0.90
TLI	0.937	0.988	มากกว่า 0.90
RMSEA	0.087	0.038	น้อยกว่า 0.05 หรือระหว่าง 0.08 ถึง 1.00
SRMR	0.033	0.020	น้อยกว่า 0.05 หรือระหว่าง 0.05 ถึง 0.08

จากตารางที่ 4.37 เป็นการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์โมเดลที่สร้างจากสมมติฐานและโมเดลที่ปรับใหม่ แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไปในทางที่ดีขึ้น โดยมีค่าสถิติ 2 กลุ่ม คือกลุ่มแรกเป็นค่าสถิติที่ลดลง ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ค่าองศาอิสระ (df) ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ ) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) ค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ SRMR (Standardized Root Mean Squared Residual) และกลุ่มที่สองเป็นค่าสถิติที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ p-value, CFI, และ TLI

ผลการเปรียบเทียบค่าสถิติในกลุ่มแรกที่ลดลง ได้แก่ ค่า  $\chi^2$  ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 1129.736 และการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 312.069 ค่า df ก่อนปรับโมเดลมีค่า 164 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 147 ค่า  $\chi^2 / df$  ก่อนปรับโมเดลมีค่า 6.888 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 2.122 ค่า RMSEA ก่อนการปรับโมเดลมีค่าเป็น 0.087 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลง



เป็น 0.038 ค่า SRMR ก่อนการปรับโมเดลมีค่าเป็น 0.033 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 0.020

ค่าสถิติในกลุ่มที่สองที่เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ p-value ค่าก่อนการปรับ โมเดลมีค่า 0.000 และหลังการปรับ โมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 0.000 ค่า CFI ก่อนการปรับ โมเดลมีค่า 0.946 และหลังการปรับ โมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 0.991 และค่า TLI ก่อนการปรับ โมเดลมีค่า 0.937 และหลังการปรับ โมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 0.988 โดยสรุปภาพรวมของโมเดลหลังจากได้รับการปรับใหม่แล้ว มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น และผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ดังนั้นในการศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้โมเดลที่ปรับใหม่ (Modified Model) ในการอธิบาย

ผลการทดสอบสมมติฐานจากโมเดลที่ปรับแล้ว โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังแสดงตารางที่ 4.38-4.39

#### ตารางที่ 4.38

อิทธิพลทางตรงของ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลความเป็นเลิศ ทางการบริการ (Ex)	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SE)
Direct effect		
นวัตกรรมบริการ (Inno)	0.934	0.020
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Deve)	0.027	0.020
คุณภาพบริการ (Ser)	0.023	0.021
Chi-square = 312.069	df = 147	$\chi^2 / df = 2.122$
		p - value = 0.000
CFI = 0.991	TLI = 0.988	RMSEA = 0.038
		SRMR = 0.020

\*\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $2.576 < t - value \leq 3.291$ )

\*\*\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ( $t - value > 3.291$ )

#### ตารางที่ 4.39

สรุปความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นตรง อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรสาเหตุ (Effect)	อิทธิพลทางตรง (DE)	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	อิทธิพลรวม (TE)
Inno to Ex	0.934	-	0.934
Deve to Ex	0.027	-	0.027
Ser to Ex	0.023	-	0.023
Inno to Ser to Ex	.960	0.026	.986
Deve to Inno to Ex	0.022	-0.005	0.017

#### 4.4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.38 และตารางที่ 4.39 แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลในภาพรวมของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ภาพรวมนวัตกรรมบริการ ที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อิทธิพลทางตรงของเส้นอิทธิพลระหว่างนวัตกรรมบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (0.747) พนักงานผู้ให้บริการ (0.888) กระบวนการให้บริการ (0.677) การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (0.652) ฝ่ายสนับสนุน (0.867) และเทคโนโลยีในการให้บริการ (0.833) มีอิทธิพลทางตรง (0.934) ต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม และมีอิทธิพลทางอ้อม (0.960, 0.026) ต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม โดยผ่านเส้นทางคุณภาพการให้บริการที่นำไปสู่ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ภาพรวมของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่นำไปสู่ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อิทธิพลทางตรงของเส้นอิทธิพลระหว่างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบไปด้วย การพัฒนารายบุคคล (0.899) การพัฒนาสาขาอาชีพ (0.964) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (0.977) และการพัฒนาองค์กร (0.928) มีอิทธิพลทางตรง (0.027) ต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม และมีอิทธิพลทางอ้อม (0.022, -0.005) ต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม โดยผ่านเส้นทางนวัตกรรมบริการ นำไปสู่ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. ภาพรวมของคุณภาพการบริการที่นำไปสู่ความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อธิธิพลทางตรงของเส้นอิทธิพลระหว่างคุณภาพบริการ ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (0.883) การให้ความมั่นใจ (0.861) การตอบสนองลูกค้า (0.890) การดูแลเอาใจใส่ (0.834) และรูปลักษณ์ (0.871) มีอิทธิพลทางตรง (0.023) ต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายละเอียดของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำเสนอค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุในแต่ละเส้นทาง นำมาตอบสมมติฐานแต่ละข้อตามลำดับ ดังนี้

3.1 ปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลจากการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.30 พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.934 นวัตกรรมบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.650 และนวัตกรรมบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.500 ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

3.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลจากการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.30 พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.027 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.234 ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

3.3 คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลจากการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.30 พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.023 ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

3.4 นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านคุณภาพบริการ

ผลจากการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.30 พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านคุณภาพบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.986 ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

3.5 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรม

ผลจากการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.33 พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลในรูปแบบที่เป็นสาเหตุทางอ้อมเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านคุณภาพบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.017 ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

โดยตัวแปรทั้งหมดได้แก่ นวัตกรรมบริการ (Inno) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Deve) และคุณภาพบริการ (Ser) ร่วมกันอธิบายตัวแปรความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมได้ร้อยละ 91.50 ซึ่งสามารถเขียนสมการโครงสร้างได้ ดังนี้

$$Ex = .934 \text{ Inno} + .027 \text{ Deve} + .023 \text{ Ser}, R^2 = 0.984$$

#### ตารางที่ 4.40

##### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H2	นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H3	นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ	เป็นไปตามสมมติฐาน

(ต่อ)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

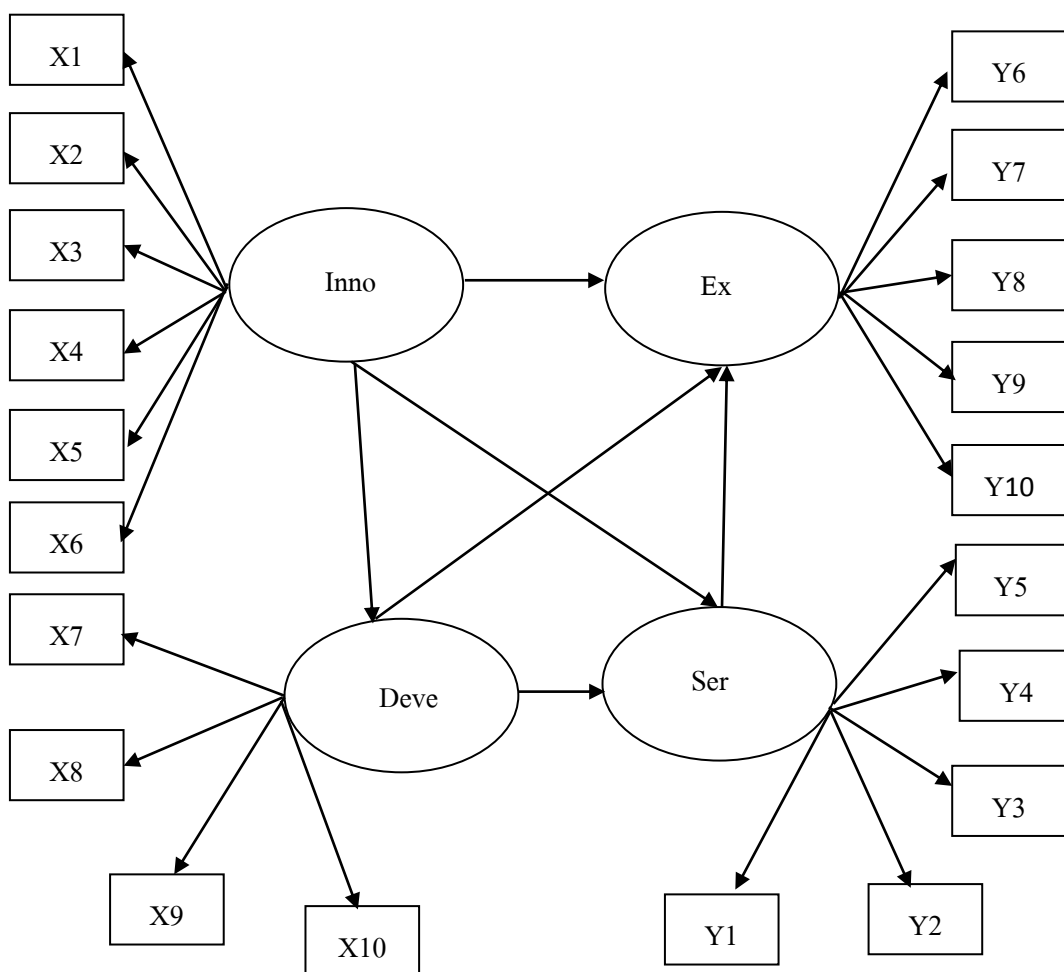
	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
H4	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H5	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H6	คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H7	นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านคุณภาพบริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน
H8	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางนวัตกรรมบริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน

#### 4.4.5 สมมติฐานเชิงทฤษฎีของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากแนวคิดเชิงทฤษฎีนวัตกรรมบริการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่นำไปสู่ความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โมเดลสมการโครงสร้างระหว่าง นวัตกรรมบริการ (Inno) ประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (X1) 2) พนักงานผู้ให้บริการ (X2) 3) กระบวนการให้บริการ (X3) 4) การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (X4) 5) ฝายสนับสนุน (X5) และ 6) เทคโนโลยีในการให้บริการ (X6) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Deve) ประกอบด้วย 1) การพัฒนารายบุคคล (X7) 2) การพัฒนาสาขาอาชีพ (X8) 3) การบริหารผลการ

ปฏิบัติงาน (X9) และ 4) การพัฒนาองค์การ (X10) คุณภาพบริการ (Ser) ประกอบด้วย 1) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Y1) 2) การให้ความมั่นใจ (Y2) 3) การตอบสนองลูกค้า (Y3) การดูแลเอาใจใส่ (Y4) และ 5) รูปลักษณ์ (Y5) ซึ่งเป็นตัวแปรสาเหตุ ความเป็นเลิศทางการบริการ (Ex) ประกอบด้วย 1) การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Y6) 2) การออกแบบบริการ (Y7) การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ (Y8) 4) การจัดการซื้อร้องเรียน (Y9) 5) การปรับปรุงมาตรฐานการบริการ (Y10) โมเดลสมการโครงสร้างแสดงไว้ในภาพที่ 4.35 โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ในภาพดังกล่าวมีความหมาย ดังนี้

- หมายถึง ตัวแปรแฝง (Latent Variables)
- หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables)
- หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยจากตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผล



ภาพที่ 4.31 โมเดลสมการ โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานการวิจัยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย

นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นวัตกรรมบริการ คือ การใช้ความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการการผลิตใหม่หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2558) โดยการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ในการจัดการองค์กรว่าจะทำอย่างไรถึงจะสร้างนวัตกรรมดังกล่าวให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิผล สามารถนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้จริง คู่แข่งกับการลงทุน (เสน่ห์ จุ้ยโต, 2548, น. 3) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจของการดำเนินงานแบบก้าวกระโดด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งทำให้นำหน้าคู่แข่ง ผลลัพธ์ของการนำกลยุทธ์นี้มาใช้ทำให้เกิดการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับซึ่งแตกต่างจากบริษัทอื่น การได้รับประโยชน์จากความแตกต่าง โดยการมุ่งสร้างคุณประโยชน์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างความมีเอกลักษณ์ และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้เกิดจุดแข็งและสร้างความได้เปรียบตลอดเวลา ด้วยการกระตุ้นส่วนแบ่งทางการตลาด จากการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายและการตั้งราคาการสร้างความได้เปรียบทางของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ๆ สามารถทำให้ได้รับความได้เปรียบทางนวัตกรรม บางครั้งทำให้เกิดต้นทุนที่ต่ำ ส่งผลให้ราคาต่ำทำให้เกิดประโยชน์กับลูกค้า ซึ่งจะเป็นการสร้างการรับรู้หรือกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า (มุสดี พลสารัมย์, 2541, น. 26)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพและ พัฒนาความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) ตลอดจนปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) ของบุคลากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยจะ ก่อให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญ คือ ทำให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนความชำนาญในงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อหน่วยงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เกิดขวัญและกำลังใจที่ดี ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน และมีโอกาสเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับตำแหน่งที่สูงขึ้นในอนาคต รวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรทุกระดับในหน่วยงานเพื่อให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ที่จะส่งผลสำเร็จต่อเป้าหมายขององค์กร กระบวนการต่างๆที่สัมพันธ์

เกี่ยวข้อง (สุภาพร เสรีรัตน์, 2552, น. 23) โดยใช้วิธีการฝึกอบรม การให้ความรู้และจัดโปรแกรม การพัฒนาพนักงานให้มีโอกาสได้รับความก้าวหน้าในอาชีพ (อำนาจ แสงสว่าง, 2540, น. 296) ครอบคลุมทั้งในการพัฒนาและบำรุงรักษาระดับความรู้ ทักษะที่เหมาะสมและการปรับทัศนคติและ พฤติกรรมให้สอดคล้องกับลักษณะงาน รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจในงาน บรรยากาศการทำงานและ วัฒนธรรมองค์กร (โกวิทย์ กังสนันท์, 2538, น. 49)

คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรม ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

การบริการระดับความเป็นเลิศ (Degree Of Excellence) เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของ บุคคลหน่วยงาน หรือกิจการ ดังนั้นการบริการที่ดีจะเกิดขึ้นจากตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์เทคนิคต่างๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับเข้ามาใช้บริการ อีก ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจรักในงานด้านบริการทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจ มีความเสียสละ มี ความรู้ในงานที่ให้บริการ ที่ตนรับผิดชอบ มีความช่างสังเกต (Observation) ผู้ทำงานบริการจะต้อง มีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจ ของผู้รับบริการ มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้นจะแสดงถึงความมี จิตใจในการต้อนรับ ให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือ ผู้รับบริการมีกิริยาจาสุภาพที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์ หรือบริการที่ทำอยู่ (ศิริพร วิษณุหิมาชัย, 2548) ความเป็นเลิศในการบริการมุ่งเน้นที่การให้ ความสำคัญกับลูกค้าให้บริการในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กรซึ่ง ได้รวมผู้บริหารธุรกิจ โรงแรมและพนักงาน การปรับปรุงกระบวนการขององค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อ ให้บริการที่เหนือความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (น้ำเพชร อยู่สกุล, 2553, น. 12 – 13) ทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นองค์กร ที่มีความเป็นเลิศในการบริการจำเป็นต้องขยายตลาด และ คุณค่าให้มากกว่าคู่แข่ง สร้างสภาพแวดล้อมในที่ทำงานเพื่อให้พนักงานทุกคนมีความเป็นอยู่ที่ดี ในด้านผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ การบริการ สิ่งแวดล้อมด้านบริการ การส่งมอบการบริการ และการ มุ่งเน้นลูกค้า (Albrecht, 1988, p. 64)

นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจ โรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางคุณภาพบริการ

สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ (Physical Environment) ธุรกิจบริการ สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมให้แตกต่างจากคู่แข่งด้วยการออกแบบสภาพแวดล้อม สถานที่ที่มีผล ต่ออารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการเชิญชวนหรือชักจูงลูกค้าให้มาใช้บริการ



และสร้างความประทับใจครั้งแรกที่ได้รับบริการ พนักงานผู้ให้บริการมีบทบาทต่อคุณภาพบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ดังนั้นนวัตกรรมในส่วน of พนักงานจึงมาจากการคัดสรรฝึกอบรมสร้างประสบการณ์ให้แก่พนักงานเพื่อบริการลูกค้า โดยกระบวนการให้บริการ สามารถพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการให้บริการ นวัตกรรมจากลูกค้าสามารถสร้างเมื่อผู้ประกอบการรับรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าด้วยการทำวิจัยตลาด ฝ่ายสนับสนุนจะการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานระหว่างพนักงานเบื้องหลังส่งต่อไปยังพนักงานผู้ให้บริการเบื้องหน้า (Voss and Zomerdijk, 2007, pp. 97-134) ธุรกิจบริการต้องเผชิญกับความท้าทายจากการให้บริการแก่ลูกค้า จากการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องหรือการส่งมอบการบริการรูปแบบใหม่ๆ และด้วยเหตุนี้ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องมีนวัตกรรมบริการเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในตลาด จึงอาจกล่าวได้ว่าความสามารถด้านนวัตกรรมบริการเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการเองจะต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมบริการให้เกิดความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อพัฒนาปรับปรุงการบริการใหม่ๆ กระบวนการใหม่ๆ และรวมถึงการสร้างสรรคประสบการณ์ใหม่ให้ดึงดูดใจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในที่สุด (Hertog, 2002, pp. 159-164)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางนวัตกรรมบริการ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวางแผนกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร รวมไปถึงกระบวนการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการทำงานมากขึ้น เมื่อมีการพัฒนาจะส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันและมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้น ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีหน้าที่ดูแลฝึกอบรมและพัฒนาให้พนักงานได้รับความรู้ เพื่อที่จะการรักษามูลค่าที่มีคุณภาพไว้ในองค์กร ส่งผลทำให้องค์กรเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน (อาภรณ์ ภู่วิทยาพันธ์, 2552, น. 100) ภารกิจของผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการให้พนักงานทำงานบรรลุความมุ่งหวังอย่างเต็มที่ เพราะการที่จะให้พนักงานทำงานอย่างเต็มใจนั้นเป็นเรื่องที่ยากและยิ่งยากมากเป็นทวีเท่าถ้าต้องการให้บุคลากรในองค์กรกระตือรือร้นพัฒนาและยกระดับความสามารถของตนเองอยู่ตลอดเวลาด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้บริหารจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเครื่องมือในการพัฒนาพนักงานไม่ว่าจะเป็นการให้การศึกษา การฝึกอบรม การจัดการงานอาชีพและการจัดการการประเมินผลการปฏิบัติงาน (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2556, น. 1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อพนักงาน ทำให้พนักงานในองค์กรสามารถใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ ช่วยให้พนักงานได้มีโอกาสเรียนรู้และนำความรู้

และความสามารถของตนเองมาใช้ในความรับผิดชอบได้อย่างเต็มศักยภาพ เกิดการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนาสินค้าหรือบริการพร้อมทั้งพนักงานมี โอกาสได้มีความก้าวหน้าในอาชีพ นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กรระหว่างพนักงานกับองค์กรร่วมกัน เพราะความรู้ (Knowledge) เป็นข้อมูลหรือสิ่งที่ถูกส่งสมมาจากการศึกษาทั้งในสถาบันการศึกษา สถาบันฝึกอบรม/สัมมนา หรือการศึกษาด้วยตนเอง รวมถึงข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กับผู้รู้ทั้งในสายอาชีพเดียวกันและต่างสายวิชาชีพคนที่มีความรู้จะ กลายเป็นคนกลุ่มใหม่ที่ทรงพลังในองค์กรและตลาดแรงงาน (พิชัย เทพวรรณ, 2554, น. 26) มีความสำคัญต่อองค์กรทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยองค์กรมีทิศทางหรือนโยบายการบริหารงานในลักษณะใดในปัจจุบันและในอนาคต ความพร้อมและความเพียงพอในเรื่องของจำนวนทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ในองค์กร จะสามารถทำให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับการขยาย หรือหดตัวขององค์กร ส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินงานไป ได้ตามทิศทางและบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ และมี ความสำคัญต่อสังคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นพื้นฐานของการพัฒนาระบบสังคมและเศรษฐกิจ เพราะหากองค์กรเจริญเติบโต จะส่งผลต่อการจ้างงาน ทำให้ประชาชนมีงานทำ มีอาชีพ มีรายได้ในการหาเลี้ยงครอบครัว มีสวัสดิการที่ดี อันเป็นการสร้างพื้นฐานที่มั่นคงให้กับสังคม และนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไป (พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547, น. 15)

#### 4.5 สรุปผลการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม ลูกค้า พนักงาน เจ้าหน้าที่รัฐ และนักวิชาการ ถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

##### รายการสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม

1. ท่านใช้แนวคิดหรือวิธีการในการจัดการธุรกิจโรงแรมในด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หรือสถานที่ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ฝ่ายสนับสนุน และเทคโนโลยีในการให้บริการ อย่างไร และส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจ โรงแรมอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

1.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ โรงแรมตั้งอยู่ใกล้ถนนหลัก สนามบิน ย่านธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยว มีการออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร การให้บริการข้อมูลด้านห้องพัก และบริการต่างๆ ของโรงแรม โดยมีภาพประกอบที่ครบถ้วนและชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์ สถานที่จอดรถบริการอย่างกว้างขวางและเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ

1.2 พนักงานผู้ให้บริการ พนักงานมีความพร้อมและความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้นโดยผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับกระบวนการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ มีความสะดวกสบายในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถและเจตคติในการบริการ รวมถึงการปรับเปลี่ยนค่านิยม เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการให้บริการ

1.3 กระบวนการให้บริการ นวัตกรรมบริการเข้ามามีบทบาทมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ การบริการ กายภาพ พนักงาน รวมถึงการออกแบบการบริการ โดยโรงแรมมีความสามารถในการปรับปรุงมาตรฐานและกระบวนการในการบริการ ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมประยุกต์ความรู้ใหม่ และคัดแปลงความรู้เก่า เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการที่ดี สนับสนุนให้มีการบูรณาการองค์ความรู้และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้กับพนักงาน มีการให้บริการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ลูกค้า และนำความต้องการของลูกค้ามาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการให้บริการ โรงแรมนำนวัตกรรมบริการมาสร้างมีความสัมพันธ์กับลูกค้าเนื่องจากลูกค้าต้องการการบริการที่สะดวก

1.4 การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าและจงใจให้เกิดลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง มีการสนับสนุนให้มีการอพยพในเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เพื่อสร้างสรรค์การบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของลูกค้า มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในการบริการขณะมาใช้บริการ และมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี และนำไปสู่การใช้ข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพบริการ มีการพัฒนาระบบสารสนเทศ สมรรถนะและความแม่นยำของระบบเพื่อช่วยในการบริการให้ดีขึ้น

1.5 ฝ่ายสนับสนุน โรงแรมมีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย และมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ตลอดเวลา

1.6 เทคโนโลยีในการให้บริการ มีการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการ รวมทั้งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยการเสนอบริการที่มีความแตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ เพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านบริการและคุณภาพบริการ

2. ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ท่านมีวิธีการดำเนินงานอย่างไรบ้างในด้านการพัฒนา รายบุคคล การพัฒนาสายอาชีพ การบริหารผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์กร และท่าน ประสบความเป็นเลิศอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

2.1 การพัฒนารายบุคคล โรงแรมมีการกำหนดนโยบายและแผนในการพัฒนา พนักงานรายบุคคลโดยสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น มีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทักษะ และประสพการณ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า ทำการ ฝึกทักษะประสพการณ์และกระบวนการบริการของพนักงานแบบมืออาชีพ เพื่อพัฒนา ความสามารถในการบริการลูกค้า เพื่อเพิ่มทักษะ และประสพการณ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า การ ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ความรู้ใหม่ และคิดแปลงความรู้เก่า เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์ กระบวนการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

2.2 การพัฒนาสายอาชีพ โรงแรมให้ความสำคัญกับการดำเนินการพัฒนาขีด ความสามารถและความชำนาญในงานให้กับพนักงาน จะทำให้คุณภาพของงานเพิ่มสูงขึ้น

โดยโรงแรมสนับสนุนให้มีการบูรณาการองค์ความรู้และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้กับพนักงาน มี การจัดสรรงบประมาณให้แก่พนักงานในการเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันชั้นนำต่างๆ เพื่อพัฒนา ระดับทักษะการทำงาน ปรับปรุงทีมงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้า ในการพัฒนา สายอาชีพต้องการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเพื่อช่วยในการนำมาพัฒนาการบริการที่มีความ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2.3 การบริหารผลการปฏิบัติงาน กระบวนการออกแบบระบบการประเมินผลการ ปฏิบัติงานตามจุดมุ่งหมายขององค์กร มีการพัฒนาและใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิง พฤติกรรมการทำงานที่ดีเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ

2.4 การพัฒนาองค์กร กระบวนการอบรมพนักงานและมีการส่งพนักงานไปอบรม เพื่อพัฒนาฝ่ายบุคลากรของโรงแรม พร้อมทั้งนำเอาเทคโนโลยีและโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการ บริหารงานองค์กรเพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการ พัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การบริหาร เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการ

3. ท่านได้ดำเนินการเกี่ยวกับคุณภาพบริการธุรกิจโรงแรมอย่างไรบ้าง ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้าน รูปลักษณ์

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

3.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โรงแรมยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่าจะได้รับบริการอย่างถูกต้องครบถ้วนและไม่เกิดความเสียหาย เพื่อให้ลูกค้ายอมรับเชื่อถือ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

3.2 การให้ความมั่นใจ การให้ความสำคัญกับคุณภาพในการบริการที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ เช่น การทำความสะอาดห้องพัก การซักผ้า เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในการเข้ารับบริการ มีการรับประกันการให้บริการถ้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบริการยินดีคืนเงิน หรือให้สิทธิพิเศษอื่นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

3.3 การตอบสนองลูกค้า โรงแรมมีความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าครบครัน เช่น ตู้เตียง แอร์ โทรทัศน์ และโทรศัพท์ และมีการออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.4 การดูแลเอาใจใส่ โรงแรมมุ่งเน้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ดี ต้อนรับด้วยรอยยิ้ม ความประทับใจของลูกค้า และสถานที่สะอาดสวยงามน่าเข้าพัก

3.5 รูปลักษณ์ โรงแรมมีการตระหนักถึงการพัฒนากุณลักษณ์ที่ดีของพนักงานการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความน่าเชื่อถือที่เต็มไปด้วยคุณภาพและมาตรฐาน

4. ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมให้เป็นเลิศทางการบริการ ในด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน และด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรให้ประสบความสำเร็จเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

4.1 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า โรงแรมมีความสามารถในการใช้ฐานข้อมูลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อโรงแรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อเตรียมพร้อมเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับองค์กร มีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางการบริการลูกค้า และเพื่อช่วยในการนำมาพัฒนาการบริการที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีการพัฒนาระบบสารสนเทศ สมรรถนะและความแม่นยำของระบบเพื่อช่วยในการบริการให้ดีขึ้น

4.2 การออกแบบบริการ กระบวนการปรับเปลี่ยนวิธีการภายในโรงแรมใหม่รวดเร็วขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่น การปรับปรุงขั้นตอนขั้นตอนการติดต่อ

ประสานงานภายในโรงแรมให้สะดวก และให้การส่งเสริมพัฒนาการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนในการเจาะตลาดหรือหา ลูกค้าใหม่ การออกแบบบริการควรมีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

4.3 การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ โรงแรมมีการกำหนดนโยบายและแผนใน การพัฒนาพนักงานรายบุคคลโดยสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงาน มากยิ่งขึ้น มีการพัฒนาทักษะพนักงานสู่ความเป็นเลิศในการบริการอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อลูกค้า ด้วยความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และมีกระบวนการใน การกำหนดแผนงานที่ดีมีมาตรฐาน นำไปสู่การประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพ

4.4 การจัดการข้อร้องเรียน โรงแรมมีการจัดการปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้า อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อ พัฒนา กลยุทธ์การให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร การจัดการข้อร้องเรียนต้องวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อ โรงแรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อเตรียมพร้อมเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับ องค์กร

4.5 การปรับปรุงมาตรฐานการบริการ โรงแรมได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานของ รัฐในการจัดอบรมพนักงาน มีการส่งเสริมให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการบริการ ลูกค้า เพื่อให้พนักงานช่วยกันแก้ไขจะได้นำมาปรับปรุงการให้บริการ จัดระบบบริการอย่างมี คุณภาพ มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการบริการตามความ ต้องการของลูกค้า

#### รายการสัมภาษณ์ผู้เข้าพัก พนักงาน เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ

1. ท่านคิดว่าใช้นวัตกรรมบริการในการจัดการธุรกิจโรงแรมในด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพหรือสถานที่ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ฝ่าย สนับสนุน และเทคโนโลยีในการให้บริการ ควรเป็นอย่างไร และจะส่งผลกระทบต่อความเป็นเลิศของ ธุรกิจโรงแรมอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

1.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ การออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัย และสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการบอกจุดที่ตั้งที่ชัดเจน โดยมีสถานที่ตั้งหา ง่ายมีป้ายชื่อชัดเจน และมีความสะดวกในการเดินทาง โรงแรมตั้งอยู่ใกล้ถนนหลัก ย่านธุรกิจ หรือ แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมมีสถานที่จอดรถบริการอย่างกว้างขวางและเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ

1.2 ผู้ให้บริการ กระทบความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โรงแรมต้องมีข้อมูลด้านห้องพัก และบริการต่างๆ ของโรงแรม โดยมีภาพประกอบที่ครบถ้วนและชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการตัดสินใจในการใช้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ถ้าควรมีนวัตกรรมมันก็จะมาช่วยเสริมการให้บริการได้

1.3 กระทบการให้บริการ การส่งเสริมประยุกต์ความรู้ใหม่ และพัฒนาความตนเอง เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการที่ดี มีความสะดวกในการสั่งจองที่พักทาง โทรศัพท์ อีเมลล์ คอมพิวเตอร์ ไลน์ และเฟสบุ๊ค

1.4 การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า กระทบมุ่งเน้นในการสรรหาสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบาย นำมาซึ่งความประทับใจ มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเดิมหรือมีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ พร้อมกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในการบริการและขณะมาใช้บริการ

1.5 ฝ่ายสนับสนุน กระทบการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีม เพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย มีจำนวนพนักงานผู้ให้บริการอย่างเพียงพอเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่และทันท่วงที ปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ตลอดเวลา การสนับสนุนให้มีการแสดงความคิดเห็นร่วมกันทั้งฝ่ายสนับสนุนและผู้ให้บริการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่สอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น เปิดโอกาสให้พนักงานใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการให้บริการ และการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์การ เพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น

1.6 ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ กระทบการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย แทนระบบเดิมเพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านบริการและคุณภาพบริการ โดยการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการในการใช้เทคโนโลยี เพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้มีเอกลักษณ์ และโดดเด่นสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริการให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เช่น มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง Free Wi-Fi

2. ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ท่านคิดว่าควรมีวิธีการดำเนินงานอย่างไรบ้างใน ด้านการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาสายอาชีพ การบริหารผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์การ และท่านประสบความสำเร็จอย่างไรบ้าง

2.1 การพัฒนารายบุคคล กระบวนการส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถและเจตคติในการบริการ รวมถึงการปรับเปลี่ยนค่านิยม เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการให้บริการ มีการสนับสนุนให้พนักงานคิดค้นรูปแบบการบริการใหม่ๆ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานของพนักงาน มีการอบรมพนักงานในพัฒนาความสามารถในการบริการลูกค้า เพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการบริการที่ดี

2.2 การพัฒนาสายอาชีพ โรงแรมควรมีการสร้างเสริมให้พนักงานมีความพร้อมและความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อพัฒนาระดับทักษะการทำงาน มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ มีการส่งเสริมให้พนักงานบริการลูกค้าให้เกิดความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน และนำมาซึ่งความประทับใจ

2.3 การบริหารผลการปฏิบัติงาน กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีการพัฒนาและใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรมการทำงานที่ดีเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ มีการให้ค่าตอบแทน และสวัสดิการสำหรับเรา เจ็บป่วย ลา รักษา มีการให้วันพัก วันลา เมื่อทำงานครบ 1 ปี วันหยุดนักขัตฤกษ์ ในการทำงาน โรงแรมมีบริการให้พนักงานทานข้าวฟรี

2.4 การพัฒนาองค์กร โรงแรมมีการคัดเลือกพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาให้มีการบริการอย่างมืออาชีพ มีกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาสำหรับฝ่ายสนับสนุนอย่างชัดเจน ธุรกิจโรงแรมมีการสร้างเครือข่าย การรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีการปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ ควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

3. ท่านคิดว่าคุณภาพบริการธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างไรบ้าง ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

3.1 สร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่าจะได้รับบริการอย่างถูกต้องครบถ้วนและไม่เกิดความเสียหาย



3.2 การให้ความมั่นใจ กระบวนการคุณภาพของการให้บริการที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ มีการรักษาความปลอดภัย มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย ห้องพักที่สะอาด มีบริการดี ความสะอาดของห้องน้ำห้องส้วม มีระบบการสอบถามลูกค้าทุกครั้งหลัง การให้บริการ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ

3.3 การตอบสนองลูกค้า ต้องมีความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ผู้ใช้บริการมีความต้องการ ห้องพักที่สะอาด มีบริการดี มีการให้บริการร้านอาหาร บริการร้านซักรีด ร้านเสริมสวย และมีบริการร้านสปาในโรงแรม เพื่อความสะดวก โรงแรมมีบริการรถรับส่งลูกค้าถึงสนามบิน ห้างสรรพสินค้าและสถานีขนส่ง

3.4 การดูแลเอาใจใส่ กระบวนการที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการการเอาใจใส่ลูกค้าดูแลลูกค้าเหมือนญาติ มีการให้บริการใหม่ๆแก่ลูกค้าที่แตกต่างไปจากเดิม เช่นเดิมให้บริการแจ๊งโปรโมชันตามเทศกาล ไปยัง E-mail แก่ลูกค้าเป็นการแจ๊งผ่านโทรศัพท์มือถือ

3.5 ด้านรูปลักษณ์ สิ่งแรกในการบริการคือการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ดังนั้นการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานด้วยการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม การแต่งการเป็นระเบียบ มีมาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ

4. ในการทำธุรกิจโรงแรมให้เป็นเลิศทางการบริการ ท่านคิดว่าทางโรงแรมควรมีวิธีการจัดการอย่างไรให้เป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการออกแบบบริการ ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ ด้านการจัดการข้อร้องเรียน และด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

4.1 ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า กระบวนการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อทราบความพึงพอใจของลูกค้าในการมาพัก

4.2 การออกแบบบริการ กระบวนการในการนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าบริการข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่าย มีการจองที่พักจองผ่านแอปพลิเคชัน มีการบริการและแจ้งราคาตามที่ได้แจ้งไว้บนเว็บไซต์ หรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างตรงไปตรงมามีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลลูกค้ามาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

4.3 การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ ผู้ให้บริการต้องสามารถรับรู้ถึงปัญหาของลูกค้าและช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้โดยปราศจากอันตราย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับ

ลูกค้า ใช้กระบวนการในการกำหนดแผนงานที่ดีมีมาตรฐาน นำไปสู่การประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการต้องพัฒนาการบริการให้มีความน่าเชื่อถือ ที่เต็มไปด้วยคุณภาพและมาตรฐานและโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับการได้รับมาตรฐานหรือรางวัลในด้านบริการจากหน่วยงานต่างๆ ที่น่าเชื่อถือเป็นที่ประจักษ์และยอมรับของลูกค้า และลูกค้าสามารถตรวจสอบการให้บริการกระบวนการต่างๆ ได้ เช่น การทำความสะอาดห้องพัก การซักผ้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในการเข้ารับบริการ

4.4 การจัดการข้อร้องเรียน กระบวนการจัดวางกล่องแสดงความคิดเห็นและการปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้าอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

4.5 การปรับปรุงมาตรฐานการบริการ กระบวนการประเมินคุณภาพการบริการจากภายในและภายนอก เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าพัฒนาการทำงานของพนักงาน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานช่วยกันแก้ไขจะได้นำมาปรับปรุงการให้บริการ มีความรับผิดชอบในการให้บริการเมื่อเกิดความผิดพลาดเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน และการรับประกันการให้บริการถ้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบริการยินดีคืนเงินหรือให้สิทธิพิเศษอื่นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อผู้ที่จะดำเนินการธุรกิจโรงแรม ให้เป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

5.1 โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการนำนวัตกรรมมาใช้น้อยมาก ในการหาข้อมูลไม่ว่าด้านที่พัก ด้านบริการ และด้านราคา ควรจะนำนวัตกรรมมาใช้ให้มากกว่านี้

5.2 ในโรงแรมควรมีการให้บริการสินค้าโอท็อป เพื่อจะได้เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าในท้องถิ่น

5.3 การแต่งกายควรเป็นเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์ของตัวเองหรือของโรงแรมในภาคอีสานควรมีอัตลักษณ์อีสาน

5.4 ควรมีการมุ่งเน้นในการวางแผนการสร้างระบบพี่เลี้ยง เพื่อการสอนงานและเพิ่มความชำนาญในงานให้กับพนักงานใหม่

5.6 ควรมีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาระบบการบริการที่ดีขึ้น

5.5 ควรมีการส่งเสริมให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สนับสนุนให้พนักงานเต็มใจในการทำงานและสร้างผลงานได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

#### 4.6 สรุปการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

สรุป Focus Group รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

4.6.1 ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ ธุรกิจโรงแรมมีการนำเทคโนโลยีเกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาดโดยใช้แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก ไลน์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ ในการติดต่อกับลูกค้า การชำระเงินผ่านมือถือ มีการใช้คอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารจัดการรวมทั้งการจัดทำบัญชีต่าง ๆ และการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการรักษาความปลอดภัย เช่น การติดกล้องถ่ายภาพรอบ ๆ บริเวณโรงแรม

4.6.2 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีทักษะในการพูดคุยกับลูกค้าให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการ มีความรู้พื้นฐานในการทำงาน การใช้เทคโนโลยี และสามารถทำงานทดแทนกันได้ สามารถส่ง FAX และตอบรับอีเมลได้

4.6.3 ด้านการพัฒนาสายอาชีพ มีการจัดให้มีสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่ง ควรให้พนักงานสามารถย้ายไปทำงานที่โรงแรมอื่นได้ จัดสรรงานให้ทำเหมาะสมกับความสามารถ ความชำนาญของพนักงานมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่การทำงานเพื่อพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ในหลายด้าน

4.6.4 ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน มีการกระตุ้นการทำงานด้วยการให้โบนัส สวัสดิการเบียร์ประจำปี มีประกันสังคมเมื่อยามเจ็บป่วย เมื่อเกษียณอายุมีเงินให้จำนวนหนึ่ง

4.6.5 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ มีการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม การต้อนรับอบอุ่นเป็นกันเอง ห้องพักมีโซฟาไม่สูบบุหรี่ มีห้องประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวก มีพื้นที่โปร่ง มีการจัดห้องให้บริการต่าง ๆ ชัดเจน เช่น ห้องประชุม ห้องอาหาร มีที่จอดรถเพียงพอและมีบรรยากาศดี มีความปลอดภัย

4.6.6 ด้านฝ่ายสนับสนุน มีการสนับสนุนการทำงาน การจัดทำระบบเอกสารชัดเจน มีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมของพนักงานเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย

4.6.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าหาข้อมูลของโรงแรมได้จากเว็บไซต์ของโรงแรม มีการจองห้องล่วงหน้า การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ลูกค้า มีกล่องรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า มีแบบสอบถามให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

4.6.8 ด้านการพัฒนาบุคลากร มีหน่วยงานจัดอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถในการบริการลูกค้าที่แตกต่างกัน สนับสนุนให้พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น และสำรวจความต้องการของพนักงานว่าต้องการเรียนรู้อะไรเพิ่มเติม จัดอบรมให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน เน้นการฝึกภาษา เพื่อนำมาใช้ในการให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ โรงแรมมีการจัดอบรมคุณธรรม จริยธรรม ความรู้ ทักษะการทำงาน การให้บริการลูกค้า มีความรับผิดชอบในการทำงานและการให้บริการลูกค้า

4.6.9 ด้านการพัฒนาองค์กร นำเทคโนโลยีมาพัฒนาโรงแรมเพื่อเป็นการปรับมาตรฐานและเพิ่มความน่าเชื่อถือในโรงแรม นำแอปพลิเคชันมาใช้ในองค์กร การอบรมเจ้าหน้าที่ของโรงแรมการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การบริหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

4.6.10 ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ให้แต่ละสายงานทำงานร่วมกัน ประสานงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในการบริการขณะมาใช้บริการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

จากการสรุป Focus Group ได้ประโยชน์ทางวิชาการโดยภาพรวม 3 ด้าน 1) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม 2) คน คือ พนักงาน ถ้าไม่มีการพัฒนาคนการบริหารจัดการก็ไม่ประสบผลสำเร็จ คน คือหัวใจในการพัฒนาองค์กร 3) องค์กร หรือสถานที่ทางกายภาพ

## 4.7 สภาพแวดล้อมความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### 4.7.1 นวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรม

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ โรงแรม ตั้งอยู่ใกล้ถนนหลัก สนามบิน ย่านธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยว มีการออกแบบตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า บรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร มีข้อมูลด้านห้องพักและบริการต่างๆ ของโรงแรม โดยมีภาพประกอบที่ครบถ้วนและชัดเจนผ่านทางเว็บไซต์ สถานที่จอดรถบริการอย่างกว้างขวางและเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พนักงานมีความพร้อมและความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับกระบวนการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ มีความ

สะดวกสบายในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถและเจตคติในการบริการ รวมถึงการปรับเปลี่ยนค่านิยม เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการให้บริการ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** มีการส่งเสริมประยุกต์ความรู้ใหม่ และตัดแปลงความรู้เก่า เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการที่ดี สนับสนุนให้มีการบูรณาการองค์ความรู้ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้กับพนักงาน มีการให้บริการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ลูกค้า และนำความต้องการของลูกค้ามาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการให้บริการ

**ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า** มีการสนับสนุนให้มีการอวยพรในเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เพื่อสร้างสรรค์การบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของลูกค้า มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในการบริการขณะมาใช้บริการ และมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี และนำไปสู่การใช้ข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพบริการ

**ด้านฝ่ายสนับสนุน** โรงแรมมีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย และมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้ตลอดเวลา

**ด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ** มีการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการ รวมทั้งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยการเสนอบริการที่มีความแตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ เพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านบริการและคุณภาพบริการ

#### 4.7.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

**ด้านการพัฒนารายบุคคล** โรงแรมมีการกำหนดนโยบายและแผนในการพัฒนาพนักงานรายบุคคล โดยสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น มีการอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาความสามารถในการบริการลูกค้า เพื่อเพิ่มทักษะ และประสบการณ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า

**ด้านการพัฒนาสายอาชีพ** มีการจัดสรรงบประมาณให้แก่พนักงานในการเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันชั้นนำต่างๆ เพื่อพัฒนาระดับทักษะการทำงาน ปรับปรุงทีมงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้า

**ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน** มีการออกแบบระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานตามจุดมุ่งหมายขององค์กร มีการพัฒนาและใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรมการทำงานที่ดีเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ

**ด้านการพัฒนาองค์กร** มีการนำเอาเทคโนโลยีและโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการบริหารงานองค์กรเพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการ พัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การบริหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการ

#### 4.7.3 คุณภาพบริการ

**ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ** โรงแรมยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่าจะได้รับบริการอย่างถูกต้องครบถ้วนและไม่เกิดความเสียหาย เพื่อให้ลูกค้ายอมรับเชื่อถือ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

**ด้านการให้ความมั่นใจ** ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการบริการที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ เช่น การทำความสะอาดห้องพัก การซักผ้า เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในการเข้ารับบริการ มีการรับประกันการให้บริการถ้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบริการยินดีคืนเงินหรือให้สิทธิพิเศษอื่นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

**ด้านการตอบสนองลูกค้า** โรงแรมมีความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

**ด้านการดูแลเอาใจใส่** โรงแรมมุ่งเน้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ดี ต้อนรับด้วยรอยยิ้ม และความประทับใจของลูกค้า

**ด้านรูปลักษณ์** โรงแรมมีการตระหนักถึงการพัฒนามูลคตินภาพที่ดีของพนักงานการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความน่าเชื่อถือที่เต็มไปด้วยคุณภาพและมาตรฐาน

#### 4.7.4 ความเป็นเลิศทางการบริการ

**ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า** มีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางในการบริการลูกค้า และเพื่อช่วยในการนำมาพัฒนาการบริการที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

**ด้านการออกแบบบริการ** มีการส่งเสริมพัฒนาการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนในการเจาะตลาดหรือหาลูกค้าใหม่

**ด้านการปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ** มีการพัฒนาทักษะพนักงานสู่ความเป็นเลิศในการบริการอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และมีกระบวนการในการกำหนดแผนงานที่ดีมีมาตรฐาน นำไปสู่การประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพ

**ด้านการจัดการข้อร้องเรียน** โรงแรมมีการจัดการปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้า อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม มีการสรุปข้อร้องเรียนของลูกค้าที่สำคัญเสนอต่อผู้บริหารเพื่อ พัฒนากลยุทธ์การให้บริการและกลยุทธ์ขององค์กร

**ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการบริการ** มีการส่งเสริมให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในการบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานช่วยกันแก้ไขจะได้นำมาปรับปรุงการให้บริการ จัดระบบบริการอย่างมีคุณภาพ มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการ บริการตามความต้องการของลูกค้า

#### 4.7.5 แนวทางในการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความ เป็นเลิศของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.7.5.1 พัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสถานที่ ด้วยการออกแบบ ตกแต่งห้องพักที่ทันสมัยและสวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4.7.5.2 พัฒนาพนักงานผู้ให้บริการ มีความพร้อมและความสามารถในการ ให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4.7.5.3 พัฒนาระบบการให้บริการ โดยการส่งเสริมประยุกต์ความรู้ใหม่ และคัดแปลงความรู้เก่า เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการที่ดี

4.7.5.4 พัฒนาการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในการบริการและขณะมาใช้บริการ

4.7.5.5 พัฒนาฝ่ายสนับสนุน โดยการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย

4.7.5.6 พัฒนาด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ โดยการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบริการ

4.7.5.7 การพัฒนารายบุคคล โดยสนับสนุนให้พนักงานมีทักษะความรู้ ความสามารถในการทำงานมีการอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาความสามารถในการบริการลูกค้า เพื่อ เพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการบริการที่ดี

4.7.5.8 การพัฒนาสายอาชีพ เพื่อพัฒนาระดับทักษะการทำงาน ปรับปรุงทีมงาน

4.7.5.9 การบริหารผลการปฏิบัติงาน โดยการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีการ พัฒนาและใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรมการทำงานที่ดีเพื่อกระตุ้นให้ พนักงานมีความขยัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ

4.7.5.10 การพัฒนาองค์กร ในการปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพการบริการ

4.7.5.11 สร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยยึดมั่นในการให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจ

4.7.5.12 การให้ความมั่นใจในคุณภาพการบริการที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้

4.7.5.13 การตอบสนองลูกค้า ต้องมีความพร้อมในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

4.7.5.14 การดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามุ่งเน้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการ

4.7.5.15 ด้านรูปลักษณ์ ต้องพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานด้วยการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสม มีมาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ

4.7.5.16 ด้านการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ด้วยการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมากำหนดทิศทางในการบริการ และพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

4.7.5.17 การออกแบบบริการ เพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในการเจาะตลาดหรือหาลูกค้าใหม่

4.7.5.18 การปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ใช้กระบวนการในการกำหนดแผนงานที่ดีมีมาตรฐาน นำไปสู่การประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพ

4.7.5.19 การจัดการข้อร้องเรียนต้องมีการจัดการปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้าอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

4.7.5.20 การปรับปรุงมาตรฐานการบริการ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานช่วยกันแก้ไขจะได้นำมาปรับปรุงการให้บริการ