

ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

Factors of Business Management Influencing the Success of Entrepreneurship Hotel Business: A Case Study of Hotel Entrepreneurs in Muang, Nongkhai

ถนอมศิลป์ จันคนากิตติกุล / *Thanomsilp Jankanakittikul*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย / Faculty of Business Administration, Khon Kaen University, Nong Khai Campus, Thailand

E-mail: Thanomsilp@gmail.com

นิศารัตน์ โชติเชย / *Nisarat Chotechoei*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม / Faculty of Management Science, Rajabhat Mahasarakham University, Thailand

E-mail: nisarat.pon@hotmail.com

กิตติชัย เจริญชัย / *Kittichai Jaroenchai*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม / Faculty of Management Science, Rajabhat Mahasarakham University, Thailand

E-mail: jaroenchai.k@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวน 93 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้าแผนกต่างๆ หรือ ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย จำนวน 388 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเงิน การตลาด และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็นการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทำให้ธุรกิจโรงแรมอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การบริหารธุรกิจ, การประกอบการ, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจโรงแรม

Abstract

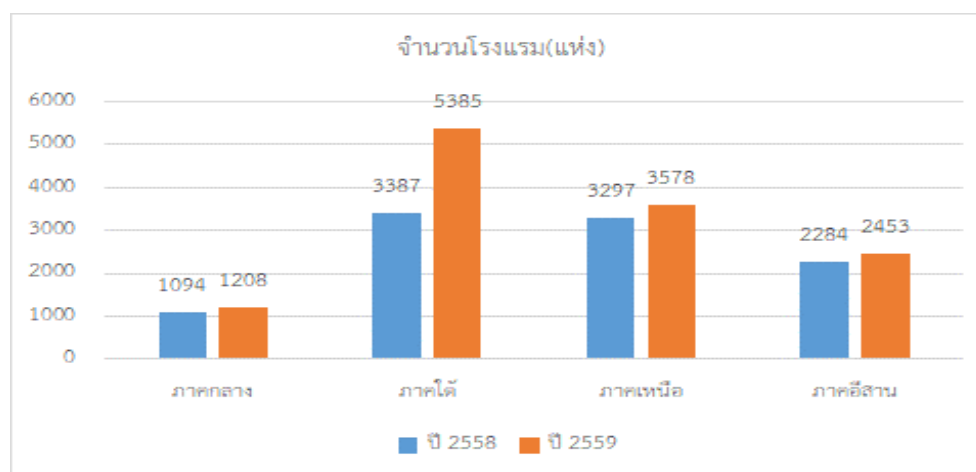
This research aimed to study factors of business management influencing the success of entrepreneurship hotel business: a case study of hotel entrepreneurs in Muang, Nongkhai. The samples of the study were 93 hotel entrepreneurs, owned hotels in Muang, Nongkhai, including 388 respondents: executives, managers, and other supervisors or representatives of the hotels. The research instrument of this study was a questionnaire, and the statistics used in analyzing the data were percentage, average, standard deviation, and multiple regression analysis. The results could be summarized that the factors of business management, such as human resource, finance, marketing; and customer relations management, for example, empowering, being open-minded, effective communication skills, and understanding customer needs, were influenced the success of entrepreneurship the hotel businesses performed by the representative sample of the entrepreneurs in Muang, Nongkhai. According to the results of the study, the hotel entrepreneurs were able to effectively get into intense competition in business and sustain the business growth.

Keywords: Business Management, Entrepreneurship, Entrepreneurs, Hotel Business

บทนำ

ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวถือได้เป็นภาคธุรกิจสำคัญที่สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศอันดับต้นๆอย่างต่อเนื่องตลอดหลายปีที่ผ่านมา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559:ออนไลน์) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงได้ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้มีการกำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยวโดยส่งเสริม การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจากการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและ การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโต เพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) สิ่งหนึ่งที่เป็นส่วนประกอบสำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวก็คือ “โรงแรมและที่พัก” หากโรงแรมใดมีบริการที่ยอดเยี่ยม ย่อมเป็นที่กล่าวถึงกันปากต่อปาก ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก อยากจะกลับมาใช้บริการอีกเรื่อยๆ ไป แม้สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในปี 2559 และส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ธุรกิจโรงแรมก็ยังเผชิญแรงกดดันจากจำนวนผู้ประกอบการโรงแรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เพราะผู้ประกอบการเห็นโอกาสในการลงทุนธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ต่างๆ จึงจำนวนโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการในตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้น โดยพบว่า ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความเคลื่อนไหวอย่างผันผวน ทั้งการซื้อขาย/ควบรวมกิจการ ไปจนถึงมีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ กระทั่งเลิกกิจการไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ในปี 2559 ประเทศไทยมีจำนวนโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ บังกะโล และโฮมสเตย์เพิ่มขึ้นรวมเป็น 16,933 แห่ง และจำนวนห้องเพิ่มขึ้นรวมเป็น 541,752 ห้อง และถ้าแบ่งข้อมูลจำนวนโรงแรมเป็นรายภาครวมในปี 2559 ดังภาพที่ 1 ทุกภาคมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกภาคโดยภาคใต้จะมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมมากที่สุดถึง 5,385 แห่ง รองลงมาคือภาคเหนือ 3,578 แห่ง ภาคอีสาน 2,453 แห่ง และภาคกลาง 1,208 แห่ง ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)



ภาพที่ 1 จำนวนโรงแรมในประเทศไทย แบ่งเป็นรายภาค

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560)

ในภาคอีสานถ้าพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่า จันทองคายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมจังหวัดหนองคายในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก (สำนักงานจังหวัดหนองคาย, 2560) และเพิ่มขึ้นทุกปี ดังตารางที่ 1 ในปี พ.ศ.2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมชมจังหวัดหนองคายทั้งที่เป็นชาวต่างชาติและชาวไทยรวมกันมีจำนวนถึง 1,241,475 คน

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมจังหวัดหนองคาย.

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559
นักท่องเที่ยวชาวไทย	963,389	1,097,203	1,107,958	1,190,967
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	49,121	49,263	48,569	50,508

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560)

ดังนั้นที่พักโดยเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็กเริ่มในจังหวัดหนองคายจึงมีเพิ่มมากขึ้นทุกปีเช่นกัน จากข้อมูลโรงแรมที่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 พบว่า จังหวัดหนองคาย มีโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมด 126 แห่ง อำเภอที่มีโรงแรมและรีสอร์ทมากที่สุด คือ อำเภอเมืองหนองคาย มีจำนวน 93 แห่ง (ปกครองจังหวัดหนองคาย, ข้อมูลวันที่ 30 สิงหาคม 2560) แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ผู้ที่มาเยี่ยมชมตัดสินใจพักแรมในจังหวัดหนองคายเฉลี่ย 56 % เท่านั้น และช่วงที่เข้าพักจะเป็นช่วงฤดูหนาว ช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

กล่าวคือ การประกอบการธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการในจังหวัดหนองคายจึงมีความท้าทายเพิ่มขึ้นเนื่องจากอุปสรรคจากการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งในจังหวัดเดียวกัน ต่างจังหวัดใกล้เคียง และประเทศเพื่อนบ้าน แม้จะมีอัตราการพักแรมของนักท่องเที่ยวต่ำ แต่ขณะเดียวกันก็ยังมีจำนวนโรงแรมใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ มีการแข่งขันที่รุนแรง จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมบางรายตัดสินใจยกเลิกกิจการไป ซึ่งผู้ที่มีส่วนสำคัญในการบริหารธุรกิจโรงแรม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานบริหาร คือ ต้องมีการวางแผน มีการจัดระบบงานเพื่อการแข่งขันที่มีอยู่มากมาย จึงจะให้การบริหารงานธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็น

แนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดหนองคาย และจังหวัดใกล้เคียง ให้สามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งกันได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทำให้ธุรกิจโรงแรมอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังต่อไปนี้คือ 1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยการบริหารธุรกิจต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เริ่มทำการศึกษาวิจัยเชิงเอกสารโดยนำแนวคิดจากทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ มาเชื่อมโยงและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) การบริหารจัดการ ในสถานประกอบการต่างๆ เกี่ยวกับธุรกิจ ผู้ที่จะประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านบัญชี ด้านการเงิน-การธนาคาร ด้านการบริหารบุคคล และด้านการบริหารสำนักงาน เลขานุการ (สมคิด บางโม, 2559: 6) ตลอดจน การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งเป็นกระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ นโยบาย ตลอดจนวิธีการแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นนั้น จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ในการวางแผน โดยเกี่ยวข้องกับ 2 ปัจจัย ดังนี้ (1) ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สภาพตลาด ด้านการแข่งขัน ด้านวัตถุดิบ ด้านเทคโนโลยี นโยบายของรัฐบาลและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม และ (2) ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ สามารถสร้างจุดแข็ง และแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร เพื่อให้ธุรกิจก้าวหน้าต่อไป ได้แก่ 1) ตัวผู้ประกอบการ จะต้องเป็นผู้มีความรับผิดชอบ มีวิสัยทัศน์ ความรู้ความสามารถ และวิธีการใหม่ๆ จะทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น 2) ด้านการจัดการ เช่น การวางแผน การจัดการ การอำนวยความสะดวก และการควบคุม 3) ด้านการตลาด ต้องพิจารณาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และวิธีการที่จะเข้าถึงการขายสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีผลกำไรเป็นผลตอบแทนจากการลงทุน 4) ด้านการเงินและการบัญชี การลงทุนในธุรกิจต้องใช้เงินเท่าใดที่จะมาใช้ในการลงทุน มีการประมาณการรายรับ รายจ่าย และการจัดบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ และ 5) ด้านระบบข้อมูลข่าวสาร จะต้องให้ความสนใจตลอดเวลา เพราะปัจจุบันนี้การเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการจัดเก็บข้อมูลต้องถูกต้อง ทันสมัย และครบถ้วน จะนำมาใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ดี (ธนวุฒิ พิมพ์กิ, 2556: 22-24)

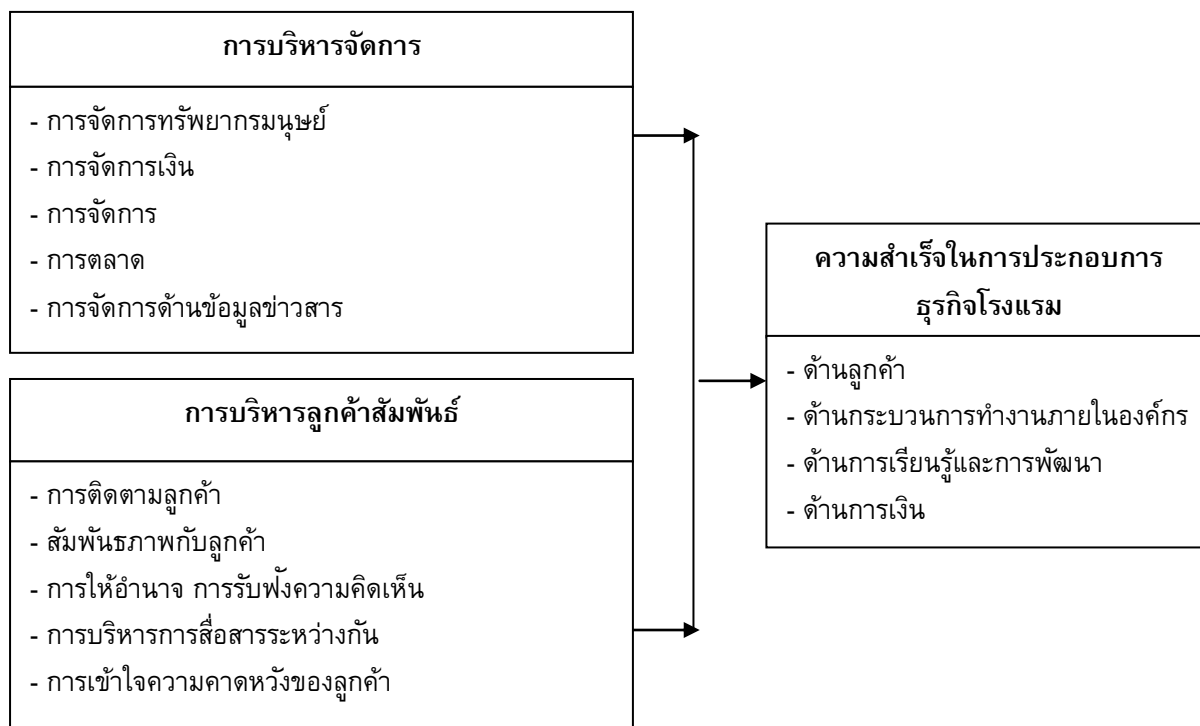
2) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า โดยการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จะมุ่งเน้นที่กิจกรรมการสื่อสารแบบสองทาง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย เป็นระยะเวลายาวนาน เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีอยู่กับธุรกิจให้นานที่สุดและลดต้นทุนการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ (ชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2544: 12; ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 121; ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2548: 43) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีต้องให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มีคุณค่าสูงที่มีความไม่พอใจต่อองค์กรมากที่สุดเพื่อที่จะได้รักษาลูกค้าไว้พอกๆกับที่จะเอาใจใส่ลูกค้าที่มีคุณค่าสูงแต่มีความพอใจองค์กรอยู่แล้ว ซึ่งจะยังคงภักดีต่อองค์กรต่อไป (ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2548: 24)

องค์ประกอบหลักของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นการจักระบบลำดับเหตุการณ์สำคัญต่างๆ (Lawson-Body & Limayem, 2004 อ้างใน วิระพงศ์ จันทรสนาม, 2551: 25-26) ประกอบด้วย 1) การติดต่อตามลูกค้า คือ การเสาะแสวงหาศึกษาความต้องการ ความจำเป็นของลูกค้าใหม่ และได้มีการทำสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์และสิ่งที่ดึงดูดใจสำหรับลูกค้า 2) สัมพันธภาพกับลูกค้า คือ การเริ่มต้น การพัฒนาการรักษา และการสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อรองรับลูกค้าให้รู้สึกดียิ่งขึ้นไป 3) การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน คือ การมีการติดต่อโต้ตอบเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนข้อเสนอเทศ การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับองค์กร 4) การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า คือ กระบวนการทางธุรกิจที่สร้างมวลความรู้เกี่ยวกับความคาดหวังและความจำเป็นของลูกค้า เพื่อที่จะเตรียมผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า 5) การให้อำนาจ คือ กระบวนการนำเอาการสนับสนุนส่งเสริมและการให้รางวัลแก่พนักงานที่ได้รับเริ่มและมีส่วนในการสร้างสรรค์คุณค่าและช่วยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ 6) การเป็นหุ้นส่วน คือ การส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการต่างๆ แก่ผู้จัดหาสินค้า คู่ค้าที่ได้มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์กับลูกค้าและเพิ่มแรงปรารถนา การบริการไปสู่ผลิตภัณฑ์และการนำเสนอการบริการที่ดีให้กับลูกค้า และ 7) การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล คือ การมอบหมายให้แต่ละสายงานธุรกิจนำเสนอลูกค้าและพัฒนาหรือเตรียมผลิตภัณฑ์เฉพาะให้พิเศษสำหรับลูกค้าเป็นการเฉพาะเจาะจง

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการผสมผสานความเข้าใจและครอบคลุมการบูรณาการ จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานภายใต้จุดประสงค์เดียวกัน ซึ่งก็คือ ต้องทำให้เห็นความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นถ้าองค์กรมีความเข้าใจอย่างแท้จริงว่าลูกค้าคนใดที่องค์กรควรเอาใจใส่เป็นพิเศษ และจะทำให้บุคลากรทุกคนในองค์กรตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง (ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2548: 25) ซึ่งการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์เพื่อก่อให้เกิดผลกำไรในอนาคต คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับการจดจำในสิ่งที่ลูกค้าชอบและ การสร้างความภักดี และความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยการให้บริการที่พิเศษและข้อเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด (ภาณุ ลิ้มมานนท์, 2548: 25)

3) ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม เนื่องจากในปัจจุบันมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและมี การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทำให้องค์กรธุรกิจจะต้องมีเครื่องมือที่ช่วยในการตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานของตนเองตลอดเวลา (พสุ เดชะรินทร์, 2546: 10) เรียกว่า Balanced Scorecard (BSC) คือ ระบบการควบคุมทางการบริหารจัดการแบบองค์รวม (Comprehensive management control system) ซึ่งประกอบด้วย การทำให้เกิดความสมดุลของการประเมินผลหรือ การวัดผลทางด้านการเงินด้วยการประเมินผลหรือการวัดผลทางด้านการปฏิบัติการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Daft, 2006: 534) หรือเป็นเครื่องมือในการวัดผล การปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 4 ด้านคือ (1) ด้านการเงิน (Financial) (2) ด้านลูกค้า (Customer) (3) ด้านกระบวนการบริหารภายใน (Internal Processes) และ(4) ด้านบุคลากร (People) / นวัตกรรม (Innovation) / การเติบโต (Growth) ซึ่งสนับสนุนผลการปฏิบัติงานขององค์กร (Robbins and Coulter, 2002, pp.565) หรือเป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติโดยอาศัย การวัดผลหรือการประเมินผล(Measurement) เรียกว่า การกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators; KPI) ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and focused) (พสุ เดชะรินทร์, 2546: 4)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวน 93 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้าแผนกต่างๆ หรือ ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย จำนวน 388 ราย (ปกครองจังหวัดหนองคาย, ข้อมูลวันที่ 30 สิงหาคม 2560) โดยผู้วิจัยกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 64)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เสนอให้นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านทำการตรวจสอบคำถามและเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้งานกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย หลังจากนั้นนำเอาคำตอบมาวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบมีปัญหากับการตอบแบบสอบถามหรือไม่ โดยผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ ในการประมาณค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดตัวแปรที่มีคำตอบแบบ Rating Scale (สุวิมล ติรภานันท์, 2546: 153) ถ้าพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) แสดงว่า มาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัย มีความเชื่อถือได้และมี ความสอดคล้องภายในของการวัด (Reliability) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 และผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) ทั้งฉบับ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.938 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ เมื่อได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยแล้ว จึงนำไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวน 93 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้าแผนกต่างๆ หรือ ตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย

จำนวน 388 ราย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 93 แห่ง และได้รับแบบสอบถามคืน จำนวนทั้งสิ้น 388 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100.00 จัดได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ของจำนวนแบบสอบถาม 20 ฉบับต่อ 1 ตัวแปร คือ 280 ฉบับ (14×10) ตามที่ Hair et al. (1998) ได้เสนอไว้ และเกณฑ์อัตราการตอบกลับแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 20 ตามที่ Aaker et al. (2011) ได้เสนอไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) (บุญธรรม กิจปรีดาภิรุทธิ์, 2547: 348-350, 358, 364; สุวิมล ทิรภานันท์, 2546: 120, 197, 199, 201)

ผลการวิจัย

- 1) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ การจัดการ ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = 0.48) รองลงมาคือ การจัดการเงิน ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.51) การจัด การทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.46) การตลาด ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.54) และ การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.39) ตามลำดับ
- 2) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มี ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ สัมพันธภาพกับลูกค้า ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.49) การให้อำนาจการรับฟังความคิดเห็น ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.60) การติดตามลูกค้า ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.63) และการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ
- 3) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.51) ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.55) ด้านการเงิน ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.58) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ
- 4) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2 - ตารางที่ 6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การประกอบการธุรกิจ โรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวม (Y) ด้วยวิธี Enter

ความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจ โรงแรม โดยรวม (Y)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE _b)	Beta (β)		
Constant (a)	.116	.137		.846	.398
1.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (B ₁)	.070	.035	.066	1.983	.048*
2.การจัดการเงิน (B ₂)	.162	.031	.169	5.243	.000*
3.การจัดการ (B ₃)	-.060	.037	-.059	-1.605	.109
4.การตลาด(B ₄)	.112	.031	.123	3.590	.000*
5.การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร(B ₅)	-.004	.031	-.006	-.141	.888
6.การติดตามลูกค้า(X ₁)	.044	.027	.057	1.650	.100
7.สัมพันธ์ภาพกับลูกค้า(X ₂)	.033	.044	.033	.767	.444
8.การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น(X ₃)	.254	.030	.310	8.592	.000*
9.การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน(X ₄)	.126	.017	.236	7.311	.000*
10.การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า(X ₅)	.228	.031	.255	7.276	.000*

R = .889, R² = .809, F = 159.637, F = .000, SE_{EST} = 0.216555

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.889 (R=0.889) มีค่าคงที่ของคะแนนดิบเท่ากับ 0.116 (Constant (a) = 0.116) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.116, 0.070, 0.162, -0.060, 0.112, -0.004, 0.044, 0.033, 0.254, 0.126, 0.228 (Y = 0.116 + 0.070B₁ + 0.162B₂ - 0.060B₃ + 0.112B₄ - 0.004 B₅ + 0.044X₁ + 0.033X₂ + 0.254X₃ + 0.126X₄ + 0.228X₅) ตามลำดับ มีความแปรปรวนหรือสามารถพยากรณ์ได้เท่ากับ 0.890 (R² = 0.890) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จใน การประกอบการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 89.00 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.066, 0.169, -0.059, 0.123, -0.006, 0.057, 0.033, 0.310, 0.236 และ 0.255 ตามลำดับ (Z = 0.066B₁ + 0.169B₂ - 0.059B₃ + 0.123B₄ - 0.006B₅ + 0.057X₁ + 0.033X₂ + 0.310 X₃ + 0.236X₄ + 0.255X₅) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.216555 (SE_{EST} = 0.216555) สมการพยากรณ์ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวม ในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.116 + 0.070B_1 + 0.162B_2 - 0.060B_3 + 0.112B_4 - 0.004 B_5 + 0.044X_1 + 0.033X_2 + 0.254X_3 + 0.126X_4 + 0.228X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.066B_1 + 0.169B_2 - 0.059B_3 + 0.123B_4 - 0.006B_5 + 0.057X_1 + 0.033X_2 + 0.310X_3 + 0.236X_4 + 0.255X_5$$

และสามารถเขียนเป็นสมการปรับปรุงได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.116 + 0.070B_1 + 0.162B_2 + 0.112B_4 + 0.254X_3 + 0.126X_4 + 0.228X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.066B_1 + 0.169B_2 + 0.123B_4 + 0.310X_3 + 0.236X_4 + 0.255X_5$$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านลูกค้า (Y_1) ด้วยวิธี Enter

ความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจ โรงแรม ด้านลูกค้า (Y_1)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE _b)	Beta (β)		
Constant (a)	.204	.150		1.359	.175
1.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (B_1)	-.022	.039	-.020	-.561	.575
2.การจัดการเงิน (B_2)	.056	.034	.056	1.636	.103
3.การจัดการ (B_3)	-.012	.041	-.011	-.281	.779
4.การตลาด(B_4)	.122	.034	.129	3.556	.000*
5.การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร(B_5)	.005	.035	.006	.150	.881
6.การติดตามลูกค้า(X_1)	-.023	.029	-.029	-.782	.435
7.สัมพันธ์ภาพกับลูกค้า(X_2)	.296	.048	.285	6.182	.000*
8.การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น(X_3)	.273	.033	.322	8.410	.000*
9.การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน(X_4)	.048	.019	.088	2.553	.011*
10.การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า(X_5)	.214	.034	.232	6.224	.000*

$R = 0.885$, $R^2 = .784$, $F = 136.7864$, $SE_{EST} = 0.23797$

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.885 ($R=0.885$) มีค่าคงที่ของคะแนนดิบเท่ากับ 0.204 (Constant (a) = 0.204) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ -0.022, 0.056, -0.012, 0.122, 0.005, -0.023, 0.296, 0.273, 0.048 และ 0.214 ($Y_1 = 0.204 - 0.022B_1 + 0.056B_2 - 0.012B_3 + 0.122B_4 + 0.005B_5 - 0.023X_1 + 0.296X_2 + 0.273X_3 + 0.048X_4 + 0.214X_5$) ตามลำดับ มีความแปรปรวนหรือสามารถพยากรณ์ได้เท่ากับ .784 ($R^2 = .784$) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 78.40 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.020, 0.056, -0.011, 0.129, 0.006, -0.029, 0.285, 0.322, 0.088 และ 0.232 ตามลำดับ ($Z_{Y1} = -0.020B_1 + 0.056B_2 - 0.011B_3 + 0.129B_4 + 0.006B_5 - 0.029X_1 + 0.285X_2 + 0.322X_3 + 0.088X_4 + 0.232X_5$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.23797 ($SE_{EST} = 0.23797$) สมการพยากรณ์ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านลูกค้า ในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_1 = 0.204 - 0.022B_1 + 0.056B_2 - 0.012B_3 + 0.122B_4 + 0.005B_5 - 0.023X_1 + 0.296X_2 + 0.273X_3 + 0.048X_4 + 0.214X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_1} = -0.020B_1 + 0.056B_2 - 0.011B_3 + 0.129B_4 + 0.006B_5 - 0.029X_1 + 0.285X_2 + 0.322X_3 + 0.088X_4 + 0.232X_5$$

และสามารถเขียนเป็นสมการปรับปรุงได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_1 = 0.204 + 0.122B_4 + 0.296X_2 + 0.273X_3 + 0.048X_4 + 0.214X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_1} = 0.129B_4 + 0.285X_2 + 0.322X_3 + 0.088X_4 + 0.232X_5$$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร (Y_2) ด้วยวิธี Enter

ความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจ โรงแรม ด้านกระบวนการทำงานภายใน องค์กร (Y_2)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE_b)	Beta (β)		
Constant (a)	-.191	.179		-1.068	.286
1.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (B_1)	.073	.046	.062	1.590	.113
2.การจัดการเงิน (B_2)	.019	.041	.018	.477	.633
3.การจัดการ (B_3)	.161	.049	.141	3.282	.001*
4.การตลาด(B_4)	.225	.041	.220	5.513	.000*
5.การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร(B_5)	-.266	.041	-.299	-6.466	.000*
6.การติดตามลูกค้า(X_1)	.189	.035	.217	5.407	.000*
7.สัมพันธ์ภาพกับลูกค้า(X_2)	.037	.057	.033	.645	.520
8.การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น(X_3)	.278	.039	.302	7.171	.000*
9.การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน(X_4)	.079	.023	.132	3.494	.001*
10.การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า(X_5)	.246	.041	.246	6.016	.000*

$R = 0.860$, $R^2 = 0.739$, $F = 106.794$, $SE_{EST} = 0.28330$

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.860 ($R=0.860$ มีค่าคงที่ของคะแนนดิบเท่ากับ -1.91 (Constant (a) = -1.91) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ -0.044, -0.3036, 0.173, 0.204, 0.189, 0.118 และ 0.297 ($Y_2 = -0.191 + 0.073B_1 + 0.019B_2 + 0.161B_3 + 0.225B_4 - 0.266B_5 + 0.189X_1 + 0.037X_2 + 0.278X_3 + 0.079X_4 + 0.246X_5$) ตามลำดับ มีความแปรปรวนหรือสามารถพยากรณ์ได้เท่ากับ 0.739 ($R^2 = 0.739$) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 73.90 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β)

เท่ากับ 0.062, 0.018, 0.141, 0.220, -0.299, 0.217, 0.033, 0.302, 0.132 และ 0.246 ตามลำดับ ($Z_{Y_2} = 0.062B_1 + 0.018B_2 + 0.141B_3 + 0.220B_4 - 0.299B_5 + 0.217X_1 + 0.033X_2 + 0.302X_3 + 0.132X_4 + 0.246X_5$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.2833 ($SE_{EST} = 0.2833$) สมการพยากรณ์ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร ในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_2 = -0.191 + 0.073B_1 + 0.019B_2 + 0.161B_3 + 0.225B_4 - 0.266B_5 + 0.189X_1 + 0.037X_2 + 0.278X_3 + 0.079X_4 + 0.246X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_2} = 0.062B_1 + 0.018B_2 + 0.141B_3 + 0.220B_4 - 0.299B_5 + 0.217X_1 + 0.033X_2 + 0.302X_3 + 0.132X_4 + 0.246X_5$$

และสามารถเขียนเป็นสมการปรับปรุงได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_2 = -0.191 + 0.161B_3 + 0.225B_4 - 0.266B_5 + 0.189X_1 + 0.278X_3 + 0.079X_4 + 0.246X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_2} = 0.141B_3 + 0.220B_4 - 0.299B_5 + 0.217X_1 + 0.302X_3 + 0.132X_4 + 0.246X_5$$

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Y_3) ด้วยวิธี Enter

ความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจ โรงแรม ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Y_3)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE_b)	Beta (β)		
Constant (a)	.346	.243		1.424	.155
1.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (B_1)	.182	.063	.142	2.904	.004*
2.การจัดการเงิน (B_2)	.256	.055	.220	4.643	.000*
3.การจัดการ (B_3)	-.025	.067	-.020	-.371	.711
4.การตลาด(B_4)	-.120	.055	-.109	-2.165	.031*
5.การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร(B_5)	.203	.056	.211	3.622	.000*
6.การติดตามลูกค้า(X_1)	-.008	.048	-.008	-.162	.872
7.สัมพันธ์ภาพกับลูกค้า(X_2)	-.279	.078	-.230	-3.598	.000*
8.การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น(X_3)	.191	.053	.193	3.624	.000*
9.การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน(X_4)	.274	.031	.423	8.894	.000*
10.การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า(X_5)	.220	.056	.204	3.951	.000*

$R = .765$, $R^2 = .585$, $F = 53.085$, $SE_{EST} = 0.38545$

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.765 ($R=0.765$) มีค่าคงที่ของคะแนนดิบเท่ากับ 0.346 (Constant (a) = 0.346) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.346, 0.182, 0.256, -0.025, -0.120, 0.203, 0.191, 0.274 และ 0.220 ตามลำดับ ($Y_3 = 0.346 + 0.182B_1 + 0.256B_2 - 0.025B_3 - 0.120B_4 + 0.203B_5 - 0.008X_1 - 0.279X_2 + 0.191X_3 + 0.274X_4 + 0.220X_5$) ตามลำดับ มีความแปรปรวนหรือสามารถพยากรณ์ได้เท่ากับ 0.585 ($R^2 = 0.585$) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 58.5 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.142, 0.220, -0.020, -0.109, 0.211, -0.008, -0.230, 0.193, 0.423 และ 0.204 ตามลำดับ ($Z_{Y_3} = 0.142B_1 + 0.220B_2 - 0.020B_3 - 0.109B_4 + 0.211B_5 - 0.008X_1 - 0.230X_2 + 0.193X_3 + 0.423X_4 + 0.204X_5$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.38545 ($SE_{EST} = 0.38545$) สมการพยากรณ์ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Y_3) ในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_3 = 0.346 + 0.182B_1 + 0.256B_2 - 0.025B_3 - 0.120B_4 + 0.203B_5 - 0.008X_1 - 0.279X_2 + 0.191X_3 + 0.274X_4 + 0.220X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_3} = 0.142B_1 + 0.220B_2 - 0.020B_3 - 0.109B_4 + 0.211B_5 - 0.008X_1 - 0.230X_2 + 0.193X_3 + 0.423X_4 + 0.204X_5$$

และสามารถเขียนเป็นสมการปรับปรุงได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_3 = 0.346 + 0.182B_1 + 0.256B_2 - 0.120B_4 + 0.203B_5 - 0.279X_2 + 0.191X_3 + 0.274X_4 + 0.220X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y_3} = 0.142B_1 + 0.220B_2 - 0.109B_4 + 0.211B_5 - 0.230X_2 + 0.193X_3 + 0.423X_4 + 0.204X_5$$

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเงิน (Y_4) ด้วยวิธี Enter

ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ โรงแรม ด้านการเงิน (Y_4)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE_b)	Beta (β)		
Constant (a)	.103	.223		.462	.644
1.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (B_1)	.046	.058	.036	.795	.427
2.การจัดการเงิน (B_2)	.319	.051	.279	6.289	.000*
3.การจัดการ (B_3)	-.365	.061	-.302	-5.958	.000*
4.การตลาด (B_4)	.221	.051	.204	4.336	.000*
5.การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร (B_5)	.040	.051	.043	.784	.433
6.การติดตามลูกค้า (X_1)	.018	.044	.020	.413	.680
7.สัมพันธ์ภาพกับลูกค้า (X_2)	.080	.071	.067	1.122	.263

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจ โรงแรม ด้านการเงิน (Y ₄)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B (b)	Ste. Error (SE _b)	Beta (β)		
8.การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น(X ₃)	.275	.048	.282	5.681	.000*
9.การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน(X ₄)	.104	.028	.164	3.692	.000*
10.การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า(X ₅)	.231	.051	.217	4.502	.000*

R = .798, R² = .637, F = 66.031, SE_{EST} = 0.35420

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.798 (R=0.798) มีค่าคงที่ของคะแนนดิบเท่ากับ 0.103 (Constant (a) = 0.1035) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.103, 0.046, 0.319, -0.365, 0.221, 0.040, 0.018, 0.080, 0.275, 0.104 และ 0.231 ตามลำดับ (Y₄ = 0.103 + 0.046B₁ + 0.319B₂ - 0.365B₃ + 0.221B₄ + 0.040B₅ + 0.018X₁ + 0.080X₂ + 0.275X₃ + 0.104X₄ + 0.231X₅) ตามลำดับ มีความแปรปรวนหรือสามารถพยากรณ์ได้เท่ากับ 0.637 (R² = 0.637) ซึ่งแสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 63.70 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.036, 0.279, -0.302, 0.204, 0.043, 0.020, 0.067, 0.282, 0.164 และ 0.217 ตามลำดับ (Z_{Y4} = 0.036B₁ + 0.279B₂ - 0.302B₃ + 0.204B₄ + 0.043B₅ + 0.020 X₁ + 0.067X₂ + 0.282X₃ + 0.164X₄ + 0.217X₅) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.35420 (SE_{EST} = 0.35420) สมการพยากรณ์ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเงิน ในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_4 = 0.103 + 0.046B_1 + 0.319B_2 - 0.365B_3 + 0.221B_4 + 0.040B_5 + 0.018X_1 + 0.080X_2 + 0.275X_3 + 0.104X_4 + 0.231X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y4} = 0.036B_1 + 0.279B_2 - 0.302B_3 + 0.204B_4 + 0.043B_5 + 0.020X_1 + 0.067X_2 + 0.282X_3 + 0.164X_4 + 0.217X_5$$

และสามารถเขียนเป็นสมการปรับปรุงได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y_4 = 0.103 + 0.319B_2 - 0.365B_3 + 0.221B_4 + 0.275X_3 + 0.104X_4 + 0.231X_5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{Y4} = 0.279B_2 - 0.302B_3 + 0.204B_4 + 0.282X_3 + 0.164X_4 + 0.217X_5$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หัตถถอยเชิงพหุปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเงิน การตลาด และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวม
2. ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การตลาด และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สัมพันธภาพกับลูกค้า การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านลูกค้า
3. ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการ การตลาด การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การติดตามลูกค้า การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร
4. ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเงิน การตลาด การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สัมพันธภาพกับลูกค้าการให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา
- และ 5. ปัจจัยการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการเงิน การจัดการ การตลาด และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การให้อำนาจ การรับฟังความคิดเห็น การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ด้านการเงิน

จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ วาริชต์ มัชฌมบุรุษ (2555) เรื่องแนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า 1. มิติการจัดการองค์กร เป็นองค์กรขนาดเล็กทำให้มีข้อได้เปรียบ คือ ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานภายในองค์กรในด้านการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น 2. มิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เน้นการดูแลบุคลากรอย่างใกล้ชิด ข้อดีคือก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน เมื่อบุคลากรทำงานได้อย่างมีความสุขก็จะสามารถให้บริการที่ดีนอกจากนี้ยังเกิด ความภักดีต่อองค์กร 3. มิติด้านการบริการ เน้นการให้บริการที่ใกล้ชิดและพยายามตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังมุ่งให้บริการที่เหนือความคาดหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และ 4. มิติด้านตลาดบริการ ช่องทางการตลาดที่โรงแรมใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือผ่านตัวแทนจำหน่าย ส่วนช่องทางการประชาสัมพันธ์ คือ การเดินสายร่วมกิจกรรมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของโรงแรมให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิศารัตน์ โชติเชย และ เขมิกา แสนโสม (2559) เรื่อง การพัฒนามาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เชิงรุกเป็นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีกับองค์กรให้นานที่สุดและยังเป็นการ

ลดต้นทุนในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ตลอดจนสอดคล้องกับการศึกษาของ มัลลิกา สุนงกฎ, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ จันทนา แสนสุข (2559) เรื่อง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า 1. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้ารับรู้ การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การสร้างความเฉพาะเจาะจงลูกค้า และ การสนับสนุนช่องทางการสื่อสารให้แก่ลูกค้า ซึ่งองค์ประกอบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้าน เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธุรกิจ 2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่เกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยภายนอกคือ ผลกำไรของธุรกิจและส่วนแบ่งทางการตลาด และปัจจัยภายใน คือ การส่งเสริมการผลิตนวัตกรรม การวางแผนงบประมาณ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ และ 3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชนไทยนั้นประกอบด้วย การพัฒนาระบบทรัพยากรในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด การมุ่งเน้นความแตกต่างทางการแข่งขันในธุรกิจ และ ศักยภาพและความสามารถของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อานนท์ วงษ์เชียง และ สุรีย์ เข้มทอง (2555) เรื่องแนวทาง การเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยการบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านลูกค้าและด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางด้านพนักงาน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยการบริหารเชิงกลยุทธ์ทั้ง 3 ด้าน ที่เกี่ยวกับลูกค้า กระบวนการ และพนักงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของโรงแรมในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านคุณลักษณะของโรงแรม ได้แก่ อายุของโรงแรม และระดับมาตรฐานของโรงแรม พบว่า มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงแรม ส่วนข้อเสนอแนะของการศึกษานี้ การบริหารโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับการจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการภายในโรงแรม ได้แก่ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. 2560. สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก www.tourism.go.th/view/1/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%81/TH-TH.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. 2544. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: หจก.เหรียญบุญการพิมพ์ (1998).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส. เอเซียเพรส (1998) จำกัด.
- ธนวุฒิ พิมพ์กิ. 2556. การเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โอเดียน สโตร์ จำกัด.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน สามัญบิสซิเนส อาร์แอนด์ดี.
- นิศารัตน์ โชติเชย และ เขมิกา แสนโสม. 2559. “การพัฒนามาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.” วารสารวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 1 (1): 31-43.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2547. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- ปกครองจังหวัดหนองคาย. 2560. บัญชีผู้ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547. หนองคาย: ปกครองจังหวัดหนองคาย.

- พสุ เดชะรินทร์. 2546. เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย **Balanced Scorecard** และ **Key Performance Indicators**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. 2546. **Balanced Scorecard** รู้ลึกในการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. 2548. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: บริษัท นิวไวด์ จำกัด.
- มัลลิกา สุนทรภู, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ จันทนา แสนสุข. 2559. "การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย." **Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ** 9 (2): 1926-1944.
- วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ. 2555. แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก tatacademyexperts.net/profiles/95/วาร์ชต์มัธยมบุรุษ.
- วิระพงศ์ จันทรสนาม. 2551. ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2560. บทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/View_Summary.aspx?docid=36167.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. 2560. ข้อมูลภาคธุรกิจ สถานที่พักแรม. สืบค้นจาก tatic.tourismthailand.org/home-tatic.
- สมคิด บางโม. 2559. การเป็นผู้ประกอบการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- สุวิมล ติรกานนท์. 2546. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. สืบค้นจาก www.nesdb.go.th/.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265.
- อานนท์ วงษ์เชียง และสุรีย์ เข้มทอง. 2555. "แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์." **วารสารการจัดการสมัยใหม่** 10 (1): 107-118.
- Aaker, D., Kumar, V., Day, G., & Leone, R. 2011. **Marketing Research**. 10th ed. New Jersey: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Daft, R. 2006. **The New Era of Management**. Ohio: Thomson/South-Western.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. 1998. **Multivariate data analysis**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Nunnally, J. 1978. **Psychometric Theory**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Robbins, S. & Coulter, M. 2002. **Management**. 6th ed. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.