

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

Relationships Between Service Strategy and Competitive Advantage in Nakhon Pathom Province

¹ปรีชา สุดใจ และ ²ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล
¹Precha Sudjai and ²Tiplawan Kaewnin,

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Thailand.
Email: ¹chonthicha9876@gmail.com, ²Ktiplawan@gmail.com

Received October 16, 2022; Revised November 24, 2022; Accepted December 3, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษากลยุทธ์การบริการของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาความได้เปรียบของการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดนครปฐมกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพื้นฐานและ สถิติอ้างอิงวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมานด้วยการถดถอยพหุคูณ ในกรณีการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริการ ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการอยู่ในระดับมาก 2. ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก 3. ยุทธการบริการทุกด้าน ได้แก่ด้านการบริการแบบมืออาชีพ ด้านการบริการที่หลากหลาย ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลยุทธ์การบริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการแบบมืออาชีพ ด้านการบริการที่หลากหลาย ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์; กลยุทธ์การบริการ; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Abstract

This article aimed 1) to study the service strategy of entrepreneurs. in Nakhon Pathom Province 2) to study the competitive advantages of entrepreneurs in Nakhon Pathom Province 3) to study the relationship between service strategy and the competitive advantage of entrepreneurs In Nakhon Pathom Province, the research model is quantitative research, and the research area is entrepreneurs. In Nakhon Pathom Province, the sample group was 400 entrepreneurs in Nakhon Pathom Province using Krejcie and Morgan open-grid selection methods and stratified sampling method. There are 1 types of research instruments which are questionnaires. basic statistics and

Reference statistics analyze inferential statistical data with multiple regression. In the case of quantitative research, the results showed that 1. Entrepreneurs in Nakhon Pathom Province There are opinions too about having a service strategy. The service adjustment to meet the needs is at a high level. 2. Entrepreneurs in Nakhon Pathom Province There are also opinions about having a high level of competitive advantage. 3. All aspects of service strategy including professional service a wide range of services Continuous improvement of service and service adjustments to meet the needs There is a positive relationship and impact on overall competitive advantage. statistically significant at the 0.05 level. All aspects of service strategy, including professional service a wide range of services Continuous improvement of service and the service-to-demand aspect has a positive correlation and impact on competitive advantage. resulting in new knowledge.

Keywords: Relationships; Strategy Service; Competitive Advantage

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญปัญหาหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการเมืองและเทคโนโลยี อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และนอกจากนี้ธุรกิจต่าง ๆ ยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งตามกระแสของการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกาภิวัตน์หรือโลกไร้พรมแดน (วีรวิธ มาชะศิรินันท์, 2559) จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น การมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเพียงอย่างเดียวอาจจะส่งผลให้องค์กรไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นองค์กรที่ประสบความสำเร็จหลายแห่ง ได้ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สมชาติ กิจยรรยง, 2555) โดยเฉพาะในภาคธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ สิ่งสำคัญที่องค์กรธุรกิจต้องมุ่งเน้นคือ การพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจมีมาตรฐานการให้บริการในทุกด้านเป็นไปอย่างครบวงจร สามารถสร้างบรรทัดฐานของการบริการและการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน

กลยุทธ์การบริการ เป็นวิธีการหรือแผนการคิดที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงานบริการ สามารถสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ กลยุทธ์การบริการยังสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่อการสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการให้แก่ลูกค้า และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการบริการ ซึ่งข้อได้เปรียบนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบของขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่องค์กรอื่นไม่สามารถทำได้หรือทำได้ไม่ดีเท่า (พิบูล ทีปะपाल, 2558) การที่องค์กรสามารถคงรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรหนึ่งในการต่อสู้แข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ สามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะนำไปปรับปรุง การบริหารจัดการในองค์กรได้ (ประเชิญ ดิยะปัญญินต์, 2565) ผู้บริโภคต้องเห็นคุณค่าซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจ และทัศนคติที่ดีต่อการตั้งใจซื้อ (มณีนีรัตน์ แสงบุญไทย, สุขุมล เกิดนอก และ วรญา โรจนปาภาพร, 2565) โดยคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวกสบาย ความหลากหลายของสินค้าและบริการ เพราะเมื่อองค์กรสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้หมายความว่าองค์กรมีความมั่นคงและความมั่งคั่ง สามารถทำกำไรได้มากกว่าและดำเนินธุรกิจได้ดีกว่าคู่แข่ง (สมัยศ นาวิการ, 2560) ซึ่งรายได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจในปัจจุบันผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันกันสูงมาก ประกอบกับปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

บทความนี้นำเสนอผลการวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การให้บริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์การบริการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ ในจังหวัดนครปฐม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา วางแผน และปรับปรุงกลยุทธ์วิธีการต่าง ๆ ให้เหนือกว่าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริการของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบของการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

1. กลยุทธ์การบริการมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม
2. กลยุทธ์การบริการมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม
3. ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ ที่ตั้งของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานทั้งหมดแตกต่างกัน มีกลยุทธ์การให้บริการแตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจ ที่ตั้งของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงานระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานทั้งหมดแตกต่างกัน มีความได้เปรียบทางการแข่งขันแตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของกลยุทธ์การบริการไว้ดังนี้
กลยุทธ์การบริการ หมายถึง แนวทางในการวางมาตรฐานการให้บริการ โดยกำหนดรูปแบบของการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ยุภาวรรณ วรรณวนิชย์, 2561) เป็นวิธีและเทคนิคต่าง ๆ ในการค้นหาบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (สาธิต ตะเนียงทอง, 2559) ซึ่งเมื่อศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มัทนา เฟื่องแจ่ม (2560) สรุปไว้ว่า กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการ มีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการที่จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมมีการวางแผนและกำหนดแนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการอยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและแข่งขันต่อไป ส่วน ทิพย์วารี สุขสมบูรณ์ (2560) พบว่า โดยภาพรวมในทุกด้านของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับดี โดยองค์ประกอบด้านสถานที่ หรือวัสดุอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการบริการ ด้านการบริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ด้านขั้นตอนหรือกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ และธนันท์ บุตรวงศ์ (2560) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การ

ให้บริการโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและวางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งได้สรุปไว้ว่า 1) กลยุทธ์การให้บริการด้านการรับประกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) กลยุทธ์การให้บริการด้านกระจายอำนาจ ให้ผู้ตามมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกผลการดำเนินงานโดยรวม และด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน และมีงานวิจัยของผู้วิจัยต่อไปนี้ได้ทำการศึกษาและสรุปผลการไว้ว่า

Hongwai & Yan (2011) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่สำคัญสำหรับการมีเทคโนโลยีสูงของคุณภาพตราสินค้าและบริการ การให้สินค้าโดยรวมและมูลค่าการรับรู้ พบว่า การศึกษาวิธีการด้านต่าง ๆ ของคุณภาพการให้บริการ อาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้โดยรวมของคุณภาพการให้บริการ และมูลค่าของการรับรู้ตราสินค้าจากบริการ จากการสำรวจของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมในไต้หวัน พบว่า 1) การเอาใจใส่ต่อคุณภาพของเครือข่ายที่มีความเชื่อถือและเชื่อมั่นแต่ไม่สามารถตอบสนองต่อคุณภาพต่อการให้บริการและการรับรู้

Limpsurapong & Ussahawanitchakit (2011) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริการแบบพลวัต ปัจจัยที่เกิดขึ้นและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเชิงรุกและความคิดของการเปลี่ยนแปลงการให้บริการ มีผลอยู่รอด ขององค์กร ผ่านความได้เปรียบในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ การให้บริการที่มีความเป็นเลิศ ความพึงพอใจของลูกค้า การยอมรับของลูกค้าและบริษัท นอกจากนี้ ยังได้ทดสอบผลกระทบของ 4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดกลยุทธ์การบริการแบบพลวัต โดยเน้นความสำเร็จการบรรลุเป้าหมายขีดความสามารถของพนักงานที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ เกี่ยวกับลูกค้าที่ชาญฉลาดและการแข่งขันทางธุรกิจที่ซับซ้อนในกลยุทธ์การบริการแบบพลวัต

ผู้วิจัยจึงสรุป องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริการ มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบริการแบบมืออาชีพ (Professionalism Service) 2) ด้านการบริการที่หลากหลาย (Diversified of Services) 3) ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service Improvement) 4) ด้านการเปิดบริการให้ตรงกับความต้องการ (Customization Service)

2. แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยประยุกต์จากแนวคิดการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของ (วิทยา ด้านอรรถกุล, 2560) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่น ๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการ และประกอบด้วย

2.1 ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง องค์กรจะต้องมุ่งถึงความประหยัดและต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำเป็นหลัก นั่นคือการรักษาระดับการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพโดยใช้เวลาน้อยลง หรือมีการสูญเสียเกิดขึ้นน้อย ถ้าประสิทธิภาพที่สูงแสดงถึงกระบวนการมีการใช้ทรัพยากรในการทำงานหรือการให้บริการอย่างคุ้มค่า ในทางตรงกันข้ามการมีประสิทธิภาพที่ต่ำแสดงถึงกระบวนการมีการใช้ทรัพยากรในการทำงานหรือการให้บริการไม่คุ้มค่า ซึ่งเกิดจากความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงาน

2.2 คุณภาพ หมายถึง คุณลักษณะโดยรวมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า

2.3 ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครเคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมเข้ามาใช้จะช่วยทำให้การทำงานนั้นได้ผลดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม

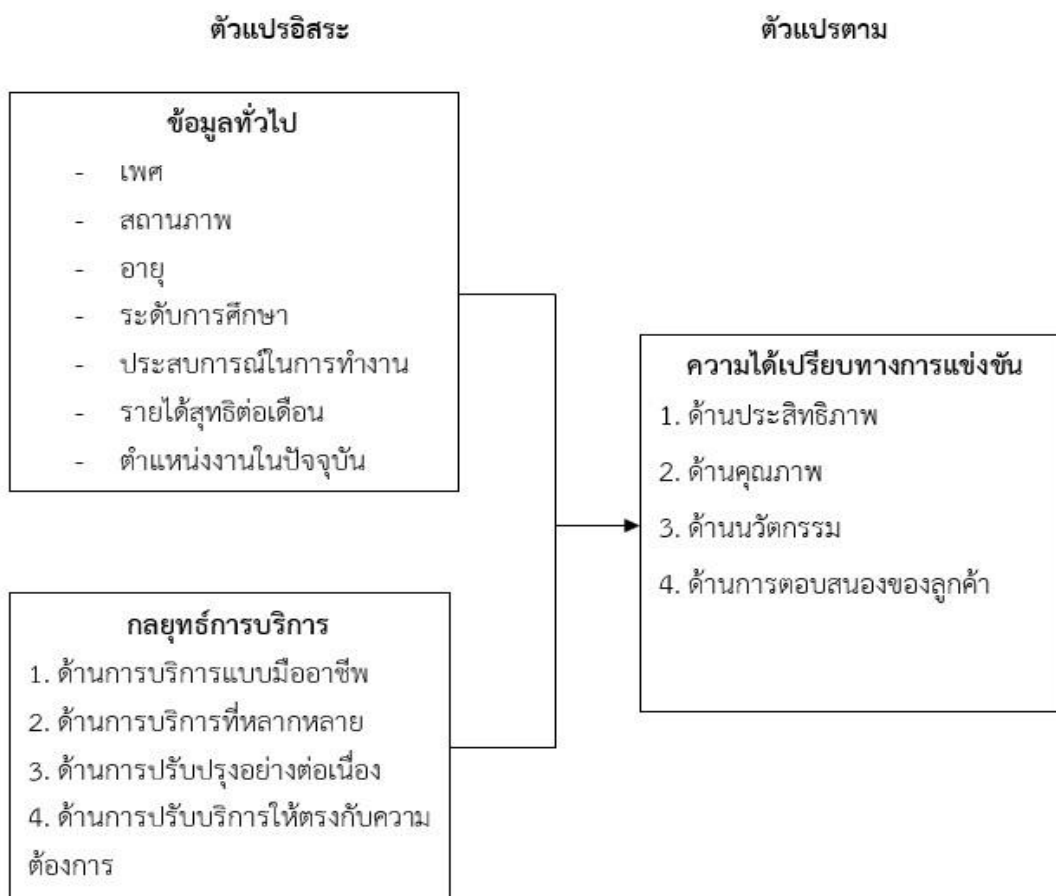
2.4 ด้านการตอบสนองของลูกค้า หมายถึง การมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้การตอบสนองลูกค้าได้ผล ธุรกิจต้องมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดีกว่าคู่แข่ง ในเรื่องของการระบุและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของตน ลูกค้าจะเกิดคุณค่าแก่สินค้า สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การมี

คุณภาพที่เป็นเลิศ และนวัตกรรมถือเป็นส่วนสำคัญในการบรรลุถึงการตอบสนองลูกค้าที่เหนือกว่าด้วยความเป็นเลิศ ดังนั้นการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

Weerawardena & Mavondo (2011) ได้ศึกษาความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า การวิจัยในครั้งนี้ได้ให้วาระทางการวิจัยในอนาคตเพื่อพัฒนาขอบเขตของการวิจัยในด้านนี้ให้มีความเป็นไปได้ การวิจัยในครั้งนี้ได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการกำหนดความคิดเชิงนวัตกรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และการพัฒนาด้านการวัดขีดความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน อันเป็นเงื่อนไขทางด้านสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันภายในบริษัท และการวิจัยได้ดำเนินการไปสู่ความสัมพันธ์ที่มีการอธิบายมากขึ้นระหว่างด้านขีดความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการปฏิบัติงานในระดับองค์กร ในยุคปัจจุบันของผู้บริหารคือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้องค์กรเพื่อรับมือกับคู่แข่งทั้งภายในและภายนอกประเทศในยุคโลกไร้พรมแดน การจะบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันผู้บริหารจะต้องสามารถทำให้องค์กรสร้างคุณภาพ ประสิทธิภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองลูกค้าได้สูงสุด

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยประยุกต์จากแนวคิดกลยุทธ์การบริการมาจากการวิจัยของ วิทยา ท่อแก้ว, มัทนา เฟื่องแจ่ม, Limpsurapong และ Ussahawanitchhakit ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยประยุกต์จากแนวคิดการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของ วิทยา ด้านธำรงกุล และ Weerawardena & Mavondo โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดนครปฐม ประชากร คือ ผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดนครปฐม 4,570 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีการคำนวณผู้วิจัยต้องทราบขนาดประชากรและสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรและกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนและระดับความเชื่อมั่นด้วย เช่น ถ้าประชากรที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 300 หน่วย ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 1 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้สุทธิต่อเดือนในปัจจุบัน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบของธุรกิจ ที่ตั้งของธุรกิจ ทุนในการดำเนินงานระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงานทั้งหมด และระดับดาวของธุรกิจ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการบริการแบบมีอาชีพ จำนวน 4 ข้อ ด้านการบริการที่หลากหลาย จำนวน 4 ข้อ ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องจำนวน 4 ข้อ ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ จำนวน 4 ข้อ ด้านคุณภาพ จำนวน 4 ข้อ ด้านนวัตกรรมจำนวน 4 ข้อ ด้านการตอบสนองของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try – out) กับผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

2. การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค (Item-total Correlation) ซึ่งกลยุทธ์การบริการมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.455 – 0.799 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.443 – 0.746 ซึ่งเป็นค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแบบสอบถามใช้ได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

3. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การบริการมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.950 – 0.954 และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.951 – 0.955 ค่าสัมประสิทธิ์ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป นับว่ามีความเที่ยงตรง (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจะทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

ประชากรกลุ่มตัวอย่างต่อไป นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ 1) t – test 2) F – test 3) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) 4) การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้รับ ในปัจจุบัน 50,000 – 100,100 บาท และตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน

วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการตอบสนองของลูกค้า ($\bar{X} = 4.39$) ด้านคุณภาพ ($\bar{X} = 4.26$) และด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.19$)

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การบริการ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (CAT) และตัวแปรที่พยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านการบริการแบบมีอาชีพ (SSP) ด้านการบริการที่หลากหลาย (SSD) ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (SSC) และด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ (SSU) โดยแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การบริการ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.608	0.244	2.489	0.014*
ด้านการบริการแบบมีอาชีพ (SSP)	0.262	0.076	3.467	0.001*
ด้านการบริการที่หลากหลาย (SSD)	0.266	0.071	3.768	0.000*
ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (SSC)	0.155	0.080	1.929	0.056*
ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ (SSU)	0.148	0.078	1.889	0.061*

F = 56.125 p = 0.000 Adj R² = 0.594

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การบริการ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.490	0.209	7.120	0.000*
ด้านการบริการแบบมืออาชีพ (SSP)	-0.073	0.065	-1.122	0.264*
ด้านการบริการที่หลากหลาย (SSD)	0.302	0.060	4.987	0.000*
ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (SSC)	0.243	0.069	3.520	0.001*
ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ (SSU)	0.173	0.067	2.582	0.011*
F = 48.788 p = 0.000 Adj R ² = 0.559				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การบริการ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.448	0.243	5.960	0.000*
ด้านการบริการแบบมืออาชีพ (SSP)	0.082	0.075	1.093	0.276*
ด้านการบริการที่หลากหลาย (SSD)	0.115	0.070	1.642	0.103*
ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (SSC)	0.163	0.080	2.040	0.043*
ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ (SSU)	0.243	0.078	3.121	0.002*
F = 33.014 p = 0.000 Adj R ² = 0.459				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองของลูกค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การบริการ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.348	0.243	5.540	0.000*
ด้านการบริการแบบมืออาชีพ (SSP)	0.257	0.075	3.413	0.001*
ด้านการบริการที่หลากหลาย (SSD)	0.086	0.070	1.222	0.224*
ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง (SSC)	0.141	0.080	1.755	0.081*
ด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ (SSU)	0.222	0.078	2.844	0.005*
F = 33.014 p = 0.000 Adj R ² = 0.459				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริการโดยรวม ด้านการบริการแบบมีมืออาชีพ ด้านการบริการที่หลากหลาย ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและด้านการปรับบริการให้ตรงกับความ ต้องการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเดิมและแสวงหาลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความแตกต่างโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง โดยการนำความรู้หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ตลอดจนเชื่อมโยงไปสู่ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริการ หรือรูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนันท์ บุตรวงศ์ (2559) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การให้บริการโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐริน จิโนวัฒน์ (2560) พบว่า ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคาดหวังคุณภาพการบริการต่อโรงแรมใบไม้สีเขียวในเขตภาคใต้โดยรวม ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วารี สุขสมบูรณ์ (2560 : บทคัดย่อ) พบว่า โดยภาพรวมในทุกด้านของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับดี

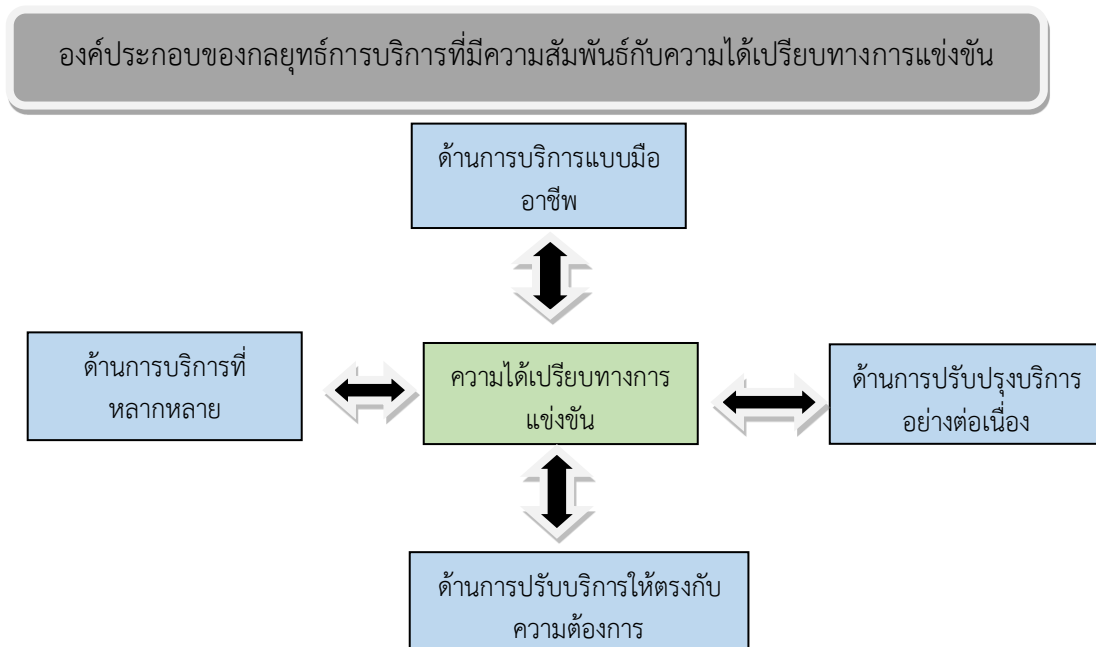
2. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ซึ่งการให้บริการเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างรายได้เปรียบคู่แข่งโดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน การบริการที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ มีบริการที่รวดเร็ว มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ การพัฒนากระบวนการทำงานและการให้บริการแบบใหม่ที่เหนือคู่แข่ง มีการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ได้รับโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจได้รับความไว้วางใจเพราะว่ามีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของธุรกิจ และนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานส่งผลให้ธุรกิจได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) สรุปว่า การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ส่วนปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ได้แก่ การแข่งขันเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และความมี นวัตกรรม ตามลำดับ

3. กลยุทธ์การบริการ ด้านการบริการแบบมีมืออาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวม ด้านประสิทธิภาพ และด้านการตอบสนองของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากการบริการแบบมีมืออาชีพเป็นหัวใจสำคัญในการที่จะส่งผลให้กิจการนั้นได้รับการยอมรับจากลูกค้าและผู้มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Goldsten (2003) พบว่า การจัดการด้านปฏิสัมพันธ์ในการบริการ ปฏิสัมพันธ์ด้านการบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาบุคลากรซึ่งประกอบด้วยระบบในการทำงาน การออกแบบงาน การฝึกอบรม การพัฒนาและการให้ความสนใจกับสถานะความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ บ่งชี้ว่ากลยุทธ์ด้านการบริการสะท้อนถึงมิติด้านการพัฒนาบุคลากรที่ผลักดันผลลัพธ์ของพนักงาน อย่างเช่น ผลผลิตภาพและความพึงพอใจ ผลลัพธ์ของพนักงานมีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับความพึงพอใจของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Woo & Ennew (2005) พบว่า คุณภาพการบริการแบบมีมืออาชีพ

ขององค์กรธุรกิจต่อธุรกิจแสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนบริการเป็นกระบวนการในการปฏิสัมพันธ์ที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ คุณภาพในการบริการการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ในการบริการเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า และการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในการให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาการบริการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพในการบริการคุณภาพการบริการแบบมีอาชีพขององค์กรธุรกิจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การบริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการแบบมีอาชีพ ด้านการบริการที่หลากหลาย ด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการปรับบริการให้ตรงกับความ ต้องการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ ต้องเผชิญปัญหาหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการเมืองและเทคโนโลยี อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และนอกจากนี้ธุรกิจต่าง ๆ ยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งตามกระแสของการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกาภิวัตน์หรือโลกไร้พรมแดน ดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งทางด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองของลูกค้า มีความสำคัญเนื่องจากในปัจจุบันนี้ธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นธุรกิจจำเป็นต้องหากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และการให้บริการเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งโดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และ 2) กลยุทธ์การบริการ การบริการแบบมีอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความ

ได้เปรียบในการแข่งขันทั้งด้านประสิทธิภาพ และด้านการตอบสนองของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากการบริการแบบมืออาชีพเป็นหัวใจสำคัญในการที่จะส่งผลให้กิจการนั้นได้รับการยอมรับจากลูกค้าและผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้หากกิจการมีบุคลากรที่มีไหวพริบ มีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญและทักษะในการให้บริการ หรือการมีเทคนิควิธีการที่ยอดเยี่ยม มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทำให้เกิดความประทับใจต่อผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการในทุกด้าน เพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงกลยุทธ์การบริการด้านการบริการที่หลากหลาย เพราะความสามารถในการนำเสนอบริการที่หลากหลายให้ผู้รับบริการเลือกได้หลายประเภทในทุกรูปแบบอย่างครบครันในทีเดียว จะเป็นการสร้างความประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

1.3 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง เพราะหากธุรกิจสามารถปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ทันสมัย ตลอดเวลา โดยนำข้อผิดพลาดหรือข้อเสนอแนะที่ได้จากลูกค้ามาเป็นตัวช่วยในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ จะทำให้องค์กรมีความทันสมัยอยู่เสมอและสามารถเป็นผู้นำทางธุรกิจได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริการระหว่างธุรกิจอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการระหว่างธุรกิจต่าง ๆ

2.2 คนมีการศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงในการประกอบกิจการอันจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่มีศักยภาพขององค์กร

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัย ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจนำเข้าและส่งออก เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การบริการต่อธุรกิจอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐาริน จิโนวัฒน์. (2560). *คุณภาพบริการของโรงแรมใบไม้เขียวในภาคใต้* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ทิพย์วารี สุขสมบูรณ์. (2560). *กลยุทธ์การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ สาขาวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนนันท์ บุตรวงศ์. (2560). *ผลกระทบของกลยุทธ์การให้บริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประเชิญ ตีเยปัญญนิตย์. (2565). การจัดการเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ กรณีศึกษาโรงแรมบูตคัสโตลล์สมัยใหม่ในภาคตะวันออก. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 50-62.
- พิบูล ทีปะปาล. (2558). *การบริการการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.

- มณีรัตน์ แสงบุญไทย, สุขุมาล เกิดนอก และ วรญา ोजनाปภาพร. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภคในประเทศไทย. วารสารศิลปการจัดการ, 6(2), 621-636.
- มัทนา เพ็งแจ่ม. (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2561). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 2148-2167.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2559). การบริหาร Management. กรุงเทพฯ: เอ็ดเวิร์ดแม็คเคย์.
- วีระวุธ มาชะศิรินันท์. (2559). การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2555). พัฒนาคนและองค์กรด้วยเกมและกิจกรรมนันทนาการ. (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: 20 Smart Life.
- สมยศ นาวิการ. (2560). การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สาธิต ตะเนียงทอง. (2559). การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Goldsten, S. M. (2003). *Employee Development: AN Examination of Service Strategy IN A High-Contact Service Environment*. *Production and Operations Management*, 12(2):186-203.
- Hongwei, H., & Yan, L. (2011). Key Service Drivers for High-Tech Service Brand Equity: The Mediating Role of Overall Service Quality and Perceived Value. *Journal of Marketing Management*, 71(1-2),77-99.
- Limpsurapong, C., & Ussahawanitchhak, P. (2011). Dynamic Service Strategy and the Antecedents and Consequences: Evidence from SPA Businesses in Thailand. *Journal of International Business and Economics*, 11(4), 52-80.
- Weerawardena, J., & Mavondo, F. T. (2011). Capabilities, Innovation and Competitive Advantage. *Industrial Marketing Management*, 40, 1220-1223.
- Woo, K., & Ennew, C. T. (2005). Measuring Business-to-business Professional Service Quality and it Consequence. *Business Research*, 58(9), 1178-1185.