

ผลกระทบของการบริการลูกค้าเชิงรุกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ของธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
Effects of Proactive Customer Service on Operational Efficiency
of Hotel Businesses in Lao PDR

khatthanam Kaosanga * พลาญ จันทระจตุรภัทร² และอนิรุทธิ์ ผงคลี³
Khatthanam Kaosanga * Palan Jantarajaturapath² and Anirut Pongklee³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริการลูกค้าเชิงรุกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 110 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การบริการลูกค้าเชิงรุก ด้านการบริการด้วยใจ และด้านทักษะและความกระตือรือร้น มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับ การบริหารองค์กรของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมให้มีการมุ่งเน้นทางการบริการและมีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางการบริการให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ตลอดจนการพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพและความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

คำสำคัญ : การบริการลูกค้าเชิงรุก ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{*} Master student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business school, Mahasarakham University

^{2,3} Lecturer, Mahasarakham Business school, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the effects of relationships between proactive customer services on operation efficiency in Lao PDR. The questionnaires were used as an instrument for collecting data from 110 executive hotel businesses in Lao PDR. The statistics used of analyzing the collected data were, multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The findings show that proactive customer service in service mind and skill and enthusiastic service had relationships and positive impact on overall operational efficiency. Therefore, results of this research can be used as a guideline for hotel executives to focus on services and develop their service capabilities in order to gain the success of the organization.

Keywords : Proactive Customer Service, Operational Efficiency, Laos PDR Hotel Businesses

1. บทนำ

ภาวะเศรษฐกิจสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) มีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมไปด้วยความงามทางธรรมชาติและความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและวิถีความเป็นอยู่ของสังคมและความเรียบง่าย อันเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศซึ่งนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในสปป.ลาว มากขึ้น ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว ประกอบกับรัฐบาลได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศอย่างรวดเร็ว ธุรกิจบริการด้านที่พักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววันว่าโดดเด่นที่สุด ทำให้ธุรกิจบริการที่พักเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและมีการเจริญเติบโตของตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นและยังมีโอกาสในการขยายมีการลงทุนในหลายกลุ่มในธุรกิจ ประกอบกับทางรัฐบาลมีการตั้งเป้าหมายส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหลักของประเทศ ตั้งเป้าหมายให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งเงินตราเข้าสู่ประเทศโดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ ท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน สิ่งสำคัญที่องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญคือการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้าเพื่อให้ธุรกิจมีมาตรฐานการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างบรรทัดฐานของการบริการและการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน (ทวีเพชร อุลา, 2553 : 3)

การบริการลูกค้าเชิงรุก (Proactive Customer Service) เป็นการวางแผนในการบริการลูกค้าล่วงหน้าอย่างละเอียดและรอบคอบ มีความรับผิดชอบ รวมถึงการแสดงออกถึงความต้องการและปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่รบกวนผู้รับบริการร้องขอ โดยผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความต้องการของเฉพาะลูกค้าและให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด โดยการบริการลูกค้าเชิงรุกประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้ ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan) ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ด้านการบริการด้วยใจ (Service Mind) ด้านทักษะและความกระตือรือร้น (Skill and Enthusiastic Service) ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องส่งเสริมให้พนักงานมีความเป็นมืออาชีพต่อการบริการเพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายรวมถึงเพิ่มพูนศักยภาพของบุคคลในหน่วยงานมุ่งเน้นทักษะประสบการณ์และเทคนิคต่าง ๆ ในการให้บริการเชิงรุกเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและอยากกลับเข้ามาใช้บริการอีก เช่น การรักในงานบริการ ความรู้ในงานที่ให้บริการ และความช่างสังเกต เพื่อให้มีการให้บริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ยิ่งขึ้นซึ่งจะส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย, 2551 : เว็บไซต์)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) เป็นตัวชี้วัดของความสำเร็จของธุรกิจว่าสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุได้ผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร ผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยที่ใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าสามารถพิจารณาได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operation) ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร (System Resource) และด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 215) ดังนั้น ประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจต้องนำมาใช้ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรต่อไป

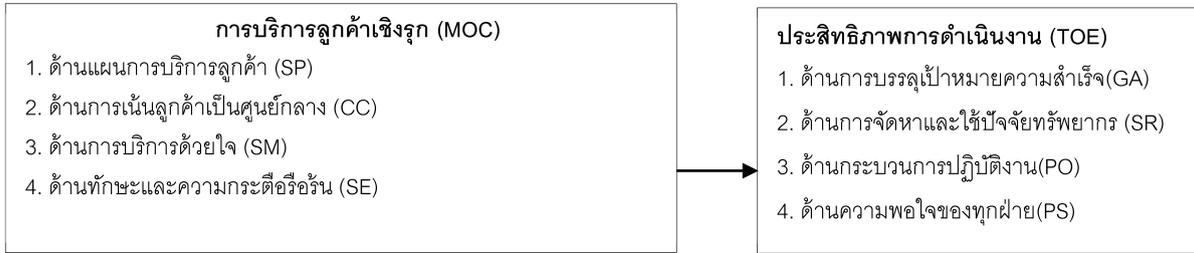
ธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) (Laos PDR Hotel Business) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ โรงแรมต่าง ๆ กระจายกันอยู่มากมายในแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมจึงมีได้เป็นแค่สถานที่สำหรับพักผ่อนเท่านั้นแต่อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมมีบทบาทสำคัญต่อประเทศมาก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและยังเป็นแหล่งการจ้างงานแรงงานที่มากมายมหาศาลเพราะธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจบริการที่ต้องใช้แรงงานมากเป็นธุรกิจที่มีเงินตราเข้าประเทศอย่างมาก การบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการ รวมถึงการบอกต่อการบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ เกิดความประทับใจ เกิดความทรงจำที่ดีกับธุรกิจอันจะส่งผลดีต่อกิจการในรูปของตัวเงินมูลค่าหุ้น ผลกำไร และทางจิตใจในความทรงจำของลูกค้า ซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นย่อมเป็นหัวใจสำคัญของกิจการหรือธุรกิจที่ให้บริการหรือประสบความสำเร็จจากการให้บริการของลูกค้าซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก นิยมมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในรูปแบบต่างๆ ตามความชอบและรสนิยมของแต่ละคน รับรู้มีความประทับใจทุกครั้งที่มาใช้บริการและชื่นชมในความรู้ความสามารถของบุคลากรด้านการให้บริการเป็นอย่างดีธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญต่อ สปป.ลาว ด้านการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนรวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มเพื่อจำหน่ายให้แก่ธุรกิจโรงแรม บุคลากรในโรงแรม อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ สถาปนิก วิศวกร ผู้ออกแบบ ผู้รับเหมาก่อสร้างตกแต่งตลอดจนถึงที่ปรึกษาและนักการตลาดที่เข้ามาส่วนในการพัฒนาธุรกิจโรงแรม (นิภา วราวนิชกุล, 2550 : 1 - 2)

จากเหตุผลที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ผลกระทบของการบริการลูกค้าเชิงรุกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในสปป. ลาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริการเชิงรุกมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในสปป. ลาวหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป.ลาว ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การบริการลูกค้าเชิงรุกได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ
โมเดลของการบริการลูกค้าเชิงรุกและประสิทธิภาพการดำเนินงาน



2.1 การบริการลูกค้าเชิงรุก (Proactive Customer Service)

การบริการลูกค้าเชิงรุก (Proactive Customer Service) หมายถึง ความสามารถในการวางแผน ให้บริการลูกค้าล่วงหน้าโดยไม่รรอให้ลูกค้าร้องขอ โดยผู้ให้บริการจะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้า ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด (ศิริพร วิษณุมหิมหาชัย, 2551 : 5) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan) หมายถึง การกำหนดแนวทางการ ปฏิบัติการบริการให้กับลูกค้าไว้ล่วงหน้า โดยมีการคาดการณ์ความต้องการและความมุ่งหวังต่อการบริการลูกค้า เพื่อให้เกิดการตอบสนอง ความต้องการเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม

2.1.2 ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) หมายถึง การกำหนดกระบวนการบริการ โดยยึดและคำนึงถึงประโยชน์ และความต้องการของลูกค้าเป็นประการสำคัญ

2.1.3 ด้านการบริการด้วยใจ (Service Mind) หมายถึง การให้บริการกับลูกค้า โดยมาจากจิตใจรักใน งานบริการมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะให้บริการที่ดี มีบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส อารมณ์รื่นเริง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจและมีความสุขจากการบริการที่ได้รับ

2.1.4 ด้านทักษะและความกระตือรือร้น (Skill and Enthusiastic Service) หมายถึง กระบวนการให้ ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับบริการโดย ความเชี่ยวชาญเหล่านี้ ทำให้เกิดการ บริการที่รวดเร็ว แม่นยำ ถูกต้อง ราบรื่น และสร้างความประทับใจให้กับผู้มารับบริการ

2.2 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) หมายถึง ผลการดำเนินงานที่สามารถบรรลุ เป้าหมายธุรกิจ โดยอยู่ภายใต้การดำเนินงานที่มีคุณภาพ และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ทันเวลา มีความถูกต้อง สร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่าย (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 8) ประกอบด้วย

2.2.1. ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ เป็นไปตามเป้าหมายและแผนงานขององค์กรที่วางไว้และมีความถูกต้องสมบูรณ์ ตรงตาม ความต้องการที่ได้วางไว้ และก่อให้เกิดผลสำเร็จตามความคาดหมาย

2.2.2. ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (System Resource) หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการ ปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า เช่น ใช้ทุนน้อย ใช้คนน้อย ใช้พลังงานน้อย และใช้วัสดุอุปกรณ์น้อย ไม่เกิดการสูญ เปล่าและเงินนั้นถูกใช้อย่างมีคุณภาพได้มาตรฐานสำหรับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติที่ได้กำหนด แต่ได้ผลงานตรง ตามหรือมากกว่าที่เป้าหมายวางไว้

2.2.3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operation) หมายถึง การนำวิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน หรือใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร โดยใช้เวลาน้อยที่สุดและคุ้มค่าที่สุด

2.2.4. ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่บรรลุผลตามเป้าหมาย โดยได้ปริมาณและคุณภาพตรงตามความต้องการ นำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยกลุ่มคนที่พิจารณา ได้แก่ ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน และผู้บริการ

การบริการลูกค้าเชิงรุกมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักขณา ศิริจำปา (2550 : 287) พบว่า การที่ธุรกิจโรงแรมจะประสบความสำเร็จได้นั้นการดำเนินธุรกิจซึ่งประกอบด้วย การกำหนดแนวทางในการสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อเป็นการได้มาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจว่าจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว จะสามารถสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ลงทุนได้หรือไม่และสิ่งที่สำคัญในการจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ จากแนวทางการดำเนินธุรกิจที่กล่าวมานั้นก็จะทำให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จได้ กลยุทธ์ในการบริการให้ประทับใจลูกค้าสิ่งที่สำคัญที่ขาดไม่ได้ของธุรกิจก็คือ การบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การบริการที่เป็นเลิศ ไม่เพียงแต่จะเป็นอาวุธที่สำคัญสำหรับการแข่งขันเท่านั้น แต่เป็นความสามารถในการดำรงอยู่ขององค์กร

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการบริการลูกค้าเชิงรุกมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : การบริการลูกค้าเชิงรุกมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป.ลาว จำนวน 398 คน (ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในสปป.ลาว โรงแรม รีสอร์ท, 2558 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป.ลาว จำนวน 196 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 22) และใช้วิธีสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการ 1) จำแนกผู้บริหารแบ่งตามเขตการปกครอง 2) ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 196 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาและแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด 110 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับที่ตอบสมบูรณ์คิดเป็นร้อยละ 54.17 สอดคล้องกับ Aaker, Kumer and Day (2001) การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

การบริการเชิงรุกเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการวางแผนบริการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการประยุกต์ใช้ระบบการปฏิบัติงานและระเบียบวิธีปฏิบัติที่เป็นมาตรฐาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ 2) ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการปรับปรุงการให้บริการทั้งในระหว่างและหลังการบริการ เพื่อเพิ่มคุณค่าการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น 3) ด้านการบริการด้วยใจจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงธุรกิจสนับสนุนให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานตามขั้นตอน

หรือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้ 4) ด้านทักษะและความกระตือรือร้นจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงธุรกิจ มุ่งเน้นให้มีการสร้างและพัฒนาความชำนาญในงานเฉพาะด้านของบุคลากรทั้งการให้ความเชื่อมั่นและให้คำปรึกษา

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ความสำเร็จจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงธุรกิจมีความสามารถในการกระจายสินค้าและให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค 2) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร จำนวน 4 ข้อ โดย ครอบคลุมถึงธุรกิจสามารถจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรให้ผลการดำเนินงานได้ตามแผนที่ธุรกิจกำหนดและใช้ ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงานจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงธุรกิจมีการกำหนด ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และขั้นตอนการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนทำให้สามารถประสานงานได้อย่างราบรื่นและลด ข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน 4) ด้านความพอใจของทุกฝ่ายจำนวน 5 ข้อโดยครอบคลุมถึงธุรกิจมีการสร้าง บรรยากาศที่ดีในการทำงานพร้อมกับได้รับขวัญและกำลังใจที่จะทำให้เกิดความกระตือรือร้นและตั้งใจที่จะปฏิบัติงาน ได้อย่างเป็นความรู้ความสามารถ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจ จำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation การบริการลูกค้าเชิงรุก มีค่าอำนาจ จำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.441 - 0.740 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.439 - 0.776 ซึ่ง สอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552 : 90) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับดีมาก และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) การบริการลูกค้าเชิงรุก มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ ระหว่าง 0.750 - 0.822 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ระหว่าง 0.789 - 0.882 ซึ่ง สอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ แบบสอบถามที่เกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริการลูกค้า เชิงรุกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมใน สปป.ลาว สมการได้ดังนี้

$$(TOE) = \beta_0 + \beta_1 SP + \beta_2 CC + \beta_3 SM + \beta_4 SE + \epsilon$$

| | | | |
|-------|-----|-----|--------------------------------|
| เมื่อ | TOE | แทน | ประสิทธิภาพการดำเนินงาน |
| | SP | แทน | ด้านแผนการบริการลูกค้า |
| | CC | แทน | ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง |
| | SM | แทน | ด้านการบริการด้วยใจ |
| | SE | แทน | ด้านทักษะและความกระตือรือร้น |

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริการลูกค้าเชิงรุกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมของธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

| ตัวแปร | TOE | SP | CC | SM | SE | VIFs |
|-----------|------|--------|--------|--------|--------|-------|
| \bar{x} | 3.59 | 3.71 | 3.87 | 3.79 | 3.79 | |
| S.D. | 0.50 | 0.60 | 0.61 | 0.63 | 0.60 | |
| TOE | - | 0.432* | 0.494* | 0.620* | 0.645* | |
| SP | | - | 0.563* | 0.409* | 0.521* | 1.647 |
| CC | | | - | 0.652* | 0.519* | 2.133 |
| SM | | | | - | 0.628* | 2.191 |
| SE | | | | | - | 2.916 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบด้วยค่า VIFs พบว่า VIFs ของตัวแปรอิสระการบริการลูกค้าเชิงรุก มีค่าตั้งแต่ 1.647 – 2.916 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการบริการลูกค้าเชิงรุกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจโรงแรมใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

| การบริการลูกค้าเชิงรุก | ประสิทธิภาพการดำเนินงาน | | t | p-value |
|---|-------------------------|------------------------|-------|---------|
| | โดยรวม | | | |
| | สัมประสิทธิ์การถดถอย | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | | |
| ค่าคงที่ (a) | 1.077 | 0.265 | 4.065 | 0.000* |
| 1. ด้านแผนการบริการลูกค้า (SP) | 0.066 | 0.074 | 0.891 | 0.375 |
| 2. ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (CC) | 0.034 | 0.082 | 0.416 | 0.678 |
| 3. ด้านการบริการด้วยใจ (SM) | 0.252 | 0.080 | 3.141 | 0.002* |
| 4. ด้านทักษะและความกระตือรือร้น (SE) | 0.313 | 0.079 | 3.987 | 0.000* |
| F = 26.207 p = 0.000 Adj R ² = 0.481 | | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การบริการลูกค้าเชิงรุก ด้านการบริการด้วยใจ (SM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากการให้บริการด้วยความเต็มใจแก่ลูกค้าให้บริการให้ความรวดเร็ว ไม่ต้องรอให้ลูกค้าร้องขอ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการของโรงแรมทำให้เกิดการบอกต่อปากต่อปากและลูกค้าจะกลับมาใช้บริการของโรงแรมอีก จะเห็นได้ว่าการบริการด้วยใจของพนักงานจะส่งผลต่อความสำเร็จของโรงแรม โดยรวมสอดคล้องกับงานวิจัย มัทนา เพ็งแจ่ม (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า

การตอบสนองให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งความต้องการที่จำเป็นหรือความต้องการที่ปรารถนา ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นหน้าที่ของทุกแผนกในองค์กรที่จะมีส่วนร่วมในการออกแบบและปฏิบัติการตอบสนองอันเป็นแนวคิดทางการตลาดขององค์กรที่มุ่งเน้นทางการตลาด

การบริการลูกค้าเชิงรุก ด้านทักษะและความกระตือรือร้น (SE) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจาก การตอบสนองอย่างรวดเร็วจะมีหลายรูปแบบซึ่ง มีความหมายมากกว่าการสร้างความสะดวกต่าง แม้ว่า สิ่งนี้จะมีการสอดคล้องกันอย่างเห็นได้ชัดการมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะนำเสนอสินค้าใหม่การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหาร ผู้บริหารธุรกิจในปัจจุบันจำนวนมากรู้ว่าการเป็นผู้นำด้านต้นทุน หรือการเสนอสินค้าที่มีลักษณะพิเศษเป็นสิ่งที่ไม่เพียงพอพวกเขาต้องการตอบสนองของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้วย การตอบสนองที่ช้ากว่าคู่แข่งชั้นอาจทำให้ลูกค้าเห็นไปใช้ทางเลือกอื่น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถือว่าเป็นการเริ่มต้นสร้างความน่าเชื่อถือที่ดีที่สุด เนื่องจากศรัทธาและความน่าเชื่อถือมักเกิดจากความใกล้ชิดและผูกพัน ดังนั้นสินค้าและบริการต่างๆ ที่ต้องการ ยืนหยัดอยู่ในตลาดด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือจำเป็นต้องเร่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสสื่อสารกับองค์กร คือสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำ ทั้งนี้การสื่อสารที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทางเพื่อให้ทั้งลูกค้าและผู้ที่ทำหน้าที่สร้างสัมพันธ์มีโอกาสเรียนรู้ซึ่งกันและกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ Limpsurapong and Ussahawanitchhak (2011 : 52-80) พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเชิงรุกและความคิดของการเปลี่ยนแปลงการให้บริการมีผลต่อการยอมรับขององค์กรผ่านการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ การให้บริการที่มีความเป็นเลิศความพึงพอใจของลูกค้า การยอมรับลูกค้าและบริษัทยังได้ทดสอบผลกระทบของ 4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดกลยุทธ์การบริการแบบพลวัตโดยนั้นความสำเร็จโดยบรรลุเป้าหมายขีดความสามารถของพนักงานที่มีคุณค่าการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าที่ชาญฉลาดและการแข่งขันทางธุรกิจที่ซับซ้อนในกลยุทธ์การบริการ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบการบริการลูกค้าเชิงรุกที่มีต่อผลการดำเนินงาน ในประชากรกลุ่มธุรกิจใหม่ที่ต้องอาศัยความสามารถในการบริการลูกค้าเช่นกัน อาทิ เช่น ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจสปา เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

5.1.2 ควรมีการศึกษาการบริการลูกค้าเชิงรุกกับตัวแปรอื่นที่อาจมีความสัมพันธ์กัน เช่น ความสำเร็จของการบริการ เพื่อจะได้ศึกษาตัวแปรอื่นว่าความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

5.1.3 ควรมีการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบทางธุรกิจของปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น สภาพแวดล้อมและฤดูกาล เพื่อที่จะได้ทราบว่าถ้ามีปัจจัยอื่นส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรและควรมีวิธีการที่จะรับมือวิธีการนั้นอยู่เสมอ

5.1.4 ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถามที่เป็นลักษณะตรวจสอบรายการ เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้รายละเอียดของข้อมูลและความคิดเห็นเพิ่มเติม ส่งผลให้ข้อมูลเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการนำไปศึกษา

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป. ลาว ควรให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าเชิงรุกโดยเฉพาะด้านการบริการด้วยใจ และด้านทักษะและความกระตือรือร้น ไปใช้ในการบริหารธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ปัจจุบันการบริการนั้นจึงเป็นการวัดผลความสำเร็จของกิจการ และทำให้รู้ว่ากิจการควรปรับปรุงเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้ารายใหม่

5.2.2 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป. ลาว ควรให้ความสำคัญของการบริการลูกค้าเชิงรุก โดยส่งเสริมให้พนักงานนำเสนอการบริการโดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

5.2.3 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในสปป. ลาว ควรให้ความสำคัญในการศึกษาและหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการลูกค้าเชิงรุกที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน เพราะปัจจุบันคู่แข่งชั้นมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว กิจการควรหาความรู้และทำการศึกษาค้นคว้าอย่างจริงจัง เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จ

5.2.4 ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ควรสนับสนุนให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานตามขั้นตอนหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การกำหนดทิศทาง ภารกิจและเป้าหมายขององค์กร

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาผลกระทบของการบริการลูกค้าเชิงรุกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากผลการศึกษา พบว่า การบริการลูกค้าเชิงรุกมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรมุ่งเน้นทางการบริการและมีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางการบริการให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ตลอดจนการพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพและความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558). *กรมการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2558 ,

จาก <<http://www.tourism.go.th/home/detail>>.

ทวีเพชร อูลา. (2553). *ท่องเที่ยวลาว*. วารสารการท่องเที่ยว สปป.ลาว. : สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.

นิภา วรรณิชกุล. (2550). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

มัทนา เพ็งแจ่ม. (2554). *ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร*

ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ. ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ลักขณา ศิริจำปา. (2550). *หลักการตลาด*. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ศิริพร วิษณุมหิมาชัย. (2551). *การสร้างบริการเชิงรุกสู่ความเป็นเลิศ*. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ :

มหาวิทยาลัยพายัพ.

สมใจ ลักษณะ. (2543). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2557). ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2557 , จาก <<http://fic.nfi.or.th>>.

Aaker, A. D. , Kumer & S. Geprge, Day. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.

Black, K. (2006). *Business statistiscs for contemporary decision making*. USA : John Wiley & Son, pp. 585.

Limpsurapornng, Chattawat & phapruek ussahawanitchhakit. (2011). Dynamic service strategy and the antecedens and consequences : Evidence from SPA Businesses in Thailand, *Journal of International Business and Economics*, 11(4) : 52-80.

Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.