



การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ
ธุรกิจบุติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย

โดย

นางสาวกิจดี ยงประกิจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ
ธุรกิจบูติกโฮเทลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย

โดย

นางสาวกิจติ ยงประกิจ

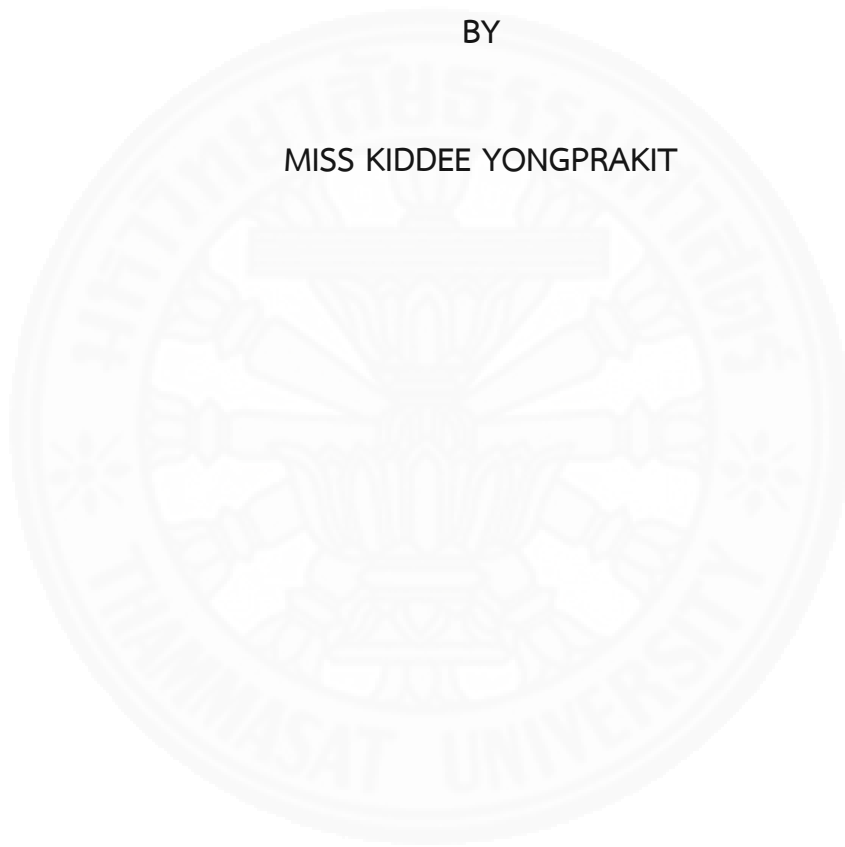


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

PERCEIVED QUALITY OF SERVICE BY CUSTOMERS, ENTREPRENEURIAL
ORIENTATION, HUMAN CAPITAL AND STYLES OF THINKING OF
ENTREPRENEURS OF THE AWARDED BOUTIQUE HOTELS
IN THAILAND

BY

MISS KIDDEE YONGPRAKIT



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
IN INDUSTRIAL AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY
DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY
FACULTY OF LIBERAL ARTS
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะศิลปศาสตร์

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวกิจติ ยงประกิจ

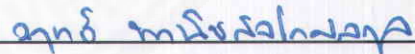
เรื่อง

การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ
และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. วราฤทธิ์ พานิชกิจโกศลกุล)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



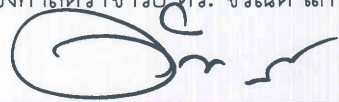
(ศาสตราจารย์ ดร. ศรีเรื่อน แก้วกังवाल)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. จรณิต แก้วกังवाल)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ อุดลยฤทธิกุล)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกิจดี ยงประกิจ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร. ศรีเรือน แก้วกังวาล
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษารับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่ามีบุคลิกผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญด้านไหน สูง ต่ำเพียงใด รวมถึงมีรูปแบบการคิดแบบไหนเพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำผลไปประเมิน และพัฒนาศักยภาพของตนเอง และใช้เป็นแนวทางในการสรรหา คัดเลือก และเตรียมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อีกทั้งศึกษาผู้ใช้บริการว่ามีการรับรู้คุณภาพการให้บริการหรือพึงพอใจต่อบริการด้านไหนเพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการป้องกัน แก้ไขปัญหาอันอาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการบูติกไฮเอนด์ยอดเยี่ยมที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 15 ท่าน และผู้ใช้บริการอีก 84 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบประเมินค่าด้วยตนเองของผู้ประกอบการ และของผู้ใช้บริการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณแบบมีขั้นตอน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีวินัยธรรม และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .566, p < .05$) และ ที่ระดับ .05 ($r = .516, p < .05$) ตามลำดับ นอกจากนี้ไม่พบความสัมพันธ์ด้านอื่น ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. ใช้ในการประเมินและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเองเพื่อสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น
2. ใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาคัดเลือก รวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผนฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการรุ่นต่อไป
3. ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง แก้ไขและป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจยุคดิจิทัล
4. ใช้เป็นข้อมูลสำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบการคิด การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

คำสำคัญ: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ, ภูมิความรู้ความชำนาญ, รูปแบบการคิด, คุณภาพการบริการ

Thesis Title	Perceived Quality of Service by Customers, Entrepreneurial Orientation, Human Capital and Styles of Thinking of Entrepreneurs of the Awarded Boutique Hotels in Thailand
Author	Miss. Kiddee Yongprakit
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Industrial and Organizational Psychology Faculty of Liberal Arts Thammasat University
Thesis Advisor	Prof. Dr. Sriruen Kaewkungwal
Academic Year	2016

ABSTRACT

This research is to study Perceived Quality of Service by Customers, Entrepreneurial Orientation, Human Capital and Styles of Thinking of Entrepreneurs of the Awarded Boutique Hotels in Thailand. The main objective is to find out entrepreneurial orientation, human capital and styles of thinking of the successful entrepreneurs. The results of this study will use to evaluate and to develop the present entrepreneur including to recruit, to select and to prepare the new coming entrepreneur. In addition, the result of the study about perceived quality of service by customer can be used to analyze how the customers' satisfaction of the services that the entrepreneurs can use as a guideline for business risk management.

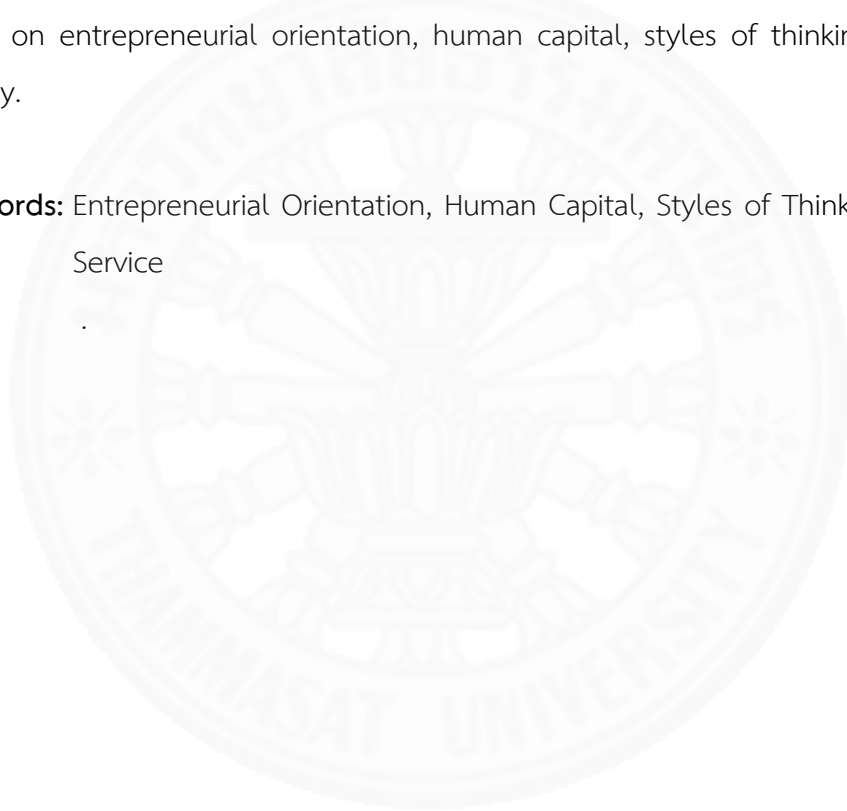
Successful Entrepreneur Samples consist of 15 of the awarded boutique hotel and their 84 customers. The research instruments are 2 sets of entrepreneur and customer self-questionnaires. Statistical analysis are frequency percentage, mean, standard deviation, Spearman's product moment correlation coefficient and stepwise multiple regression analysis. Findings are as follow;

Innovativeness of entrepreneurial orientation correlate significantly with responsiveness of service quality at .05 ($r = .566$, $p < .05$). Competitive aggressiveness

of entrepreneurial orientation correlated significantly with responsiveness of service quality at .05 ($r = .516, p < .05$). Moreover, entrepreneurial orientation, human capital and style of thinking do not predict received service quality.

The result of this study can be applied for evaluation and developing potentiality of entrepreneur to increase more success in this business. Also this can be applied as criteria for recruitment and training programs to increase and develop potentiality of future entrepreneur. Risk management, correction and protection for running boutique hotel business can be avoided. Also, this is a guideline for further study on entrepreneurial orientation, human capital, styles of thinking and service quality.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Human Capital, Styles of Thinking, Quality of Service



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสนับสนุน และความร่วมมือจากผู้มีเมตตาหลายท่าน ขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูง ศาสตราจารย์ ดร.ศรีเรื่อน แก้วกังวาล อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่เมตตาให้ความรู้ คำแนะนำ และแนวคิดใหม่ ๆ ทั้งด้านวิชาการและการทำวิทยานิพนธ์อันเป็น ประโยชน์จนสำเร็จลุล่วง ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์. ดร. วราฤทธิ์ พานิชกิจโกศลกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยและการจัดการตัวอย่าง งานวิจัย รวมถึงการสละเวลาให้ในช่วงที่ท่านมีภารกิจมากมาย ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จรณิต แก้วกังวาล ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เพื่อความสมบูรณ์และเต็มเต็มความสำเร็จ ของงานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาจิตวิทยา สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การทุกท่าน ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ลูกศิษย์ นำไปต่อยอดพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานและการดำเนินชีวิต ขอขอบพระคุณท่านผู้ประกอบการธุรกิจบุติกโฮเต็ลที่ให้เกียรติสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม และบอกเล่าเรื่องราว แนวความคิดรวมถึงประสบการณ์การดำเนินธุรกิจบุติกโฮเต็ลของท่านอันเป็นสิ่ง มีค่ามหาศาล ที่ผู้วิจัยไม่สามารถค้นหาจากแหล่งความรู้ใด ๆ ขอขอบพระคุณท่านผู้ใช้บริการที่สละเวลา การพักผ่อนอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณผู้ชี้้นำให้เกิดความสนใจสาขาวิชาจิตวิทยา Mr. James & Mrs. Ampai Floodas ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสนับสนุนทุกท่านรวมถึงกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะ คุณดวงทิพย์ จันทดิษฐ์ ในการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่นมาเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลงานวิจัยนี้ ขอขอบคุณ คุณวรรณรัตน์ พระรักษา ที่พยายามกระตุ้นเตือน คอยให้กำลังใจ และแนะนำด้านสถิติ ขอขอบคุณน้อง MIOP ทุกท่านที่ให้การเอื้อเฟื้อ และเป็นกำลังใจในการทำงานวิจัย

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณบิดา มารดา ด้วยความเคารพอย่างสูงสุด ขอขอบคุณ พี่ชาย พี่สาว น้องชาย น้องสาว (คุณกฤษรา แก้วเจริญ) และครอบครัวของทุกคน ขอบใจหลานชาย หลานสาว โดยเฉพาะนายอภิชา ยงประกิจ (ดีดี) สมาชิกในครอบครัวทุกคนให้ความห่วงใย เป็นกำลังใจ และเป็นแรงบันดาลใจที่ยิ่งใหญ่ให้ผู้วิจัยต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จในครั้งนี้

นางสาวกิจดี ยงประกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	9
1.3 ขอบเขตในการศึกษา	9
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
1.6 สมมติฐานการวิจัย	13
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกผู้ประกอบการ	14
2.1.1 ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ	14
2.1.2 ความสำคัญของผู้ประกอบการ	15
2.1.3 ความหมายของบุคลิกภาพ	15
2.1.4 ลักษณะของผู้ประกอบการ	16

2.1.5	บทบาทและชนิดของผู้ประกอบการ	16
2.1.6	บุคลิกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	17
2.1.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	23
2.2	แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ	24
2.2.1	ความสำคัญของภูมิความรู้ความชำนาญ	24
2.2.2	องค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญ	25
2.2.3	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิความรู้ความชำนาญ	26
2.3	แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการคิด	28
2.3.1	ความหมายของการคิด	28
2.3.2	ความสำคัญของการคิด	29
2.3.3	ปัจจัยพื้นฐานของการคิด	29
2.3.4	ความหมายและประเภทของรูปแบบการคิด	29
2.3.5	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลและใช้ประสบการณ์	32
2.4	แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ	33
2.4.1	ความหมายของการให้บริการ	33
2.4.2	ความสำคัญของงานบริการต่อธุรกิจ	33
2.4.3	ลักษณะเฉพาะของงานบริการ	34
2.4.4	ความหมายและรูปแบบคุณภาพงานบริการ	34
2.5	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบูติกโฮเต็ล	38
2.5.1	ความสำคัญของการท่องเที่ยว	38
2.5.2	องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	39
2.5.3	ประเภทของที่พักรับการท่องเที่ยง	40
2.5.4	บูติกโฮเต็ล	41
2.5.5	องค์ประกอบสำคัญของบูติกโฮเต็ล	43
2.5.6	ลักษณะเฉพาะของบูติกโฮเต็ลที่ศึกษา	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย		47
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
3.2	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	48
3.3	ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	49

3.3.1	ตัวแปรอิสระ	49
3.3.2	ตัวแปรตาม	50
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	50
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการวิจัย		65
4.1	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011	66
4.2	ส่วนที่ 2 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011	68
4.3	ส่วนที่ 3 ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Award 2011	68
4.4	ส่วนที่ 4 รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011	69
4.5	ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011	70
4.6	ส่วนที่ 6 การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011	72
4.7	ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	73
4.7.1	สมมติฐานที่ 1: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ คุณภาพ การให้บริการ	73
4.7.2	สมมติฐานที่ 2: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้ บริการ	74
4.7.3	สมมติฐานที่ 3: รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ คุณภาพการให้บริการ	74
4.7.4	สมมติฐานที่ 4: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ	75
4.7.5	สมมติฐานที่ 5: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด	75

4.7.6	สมมติฐานที่ 6: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ รูปแบบการคิด	76
4.7.7	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	77
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ		85
5.1	สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	87
5.1.1	ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	87
5.1.2	ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบ การคิด และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	89
5.1.2.1	ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	89
5.1.2.2	ลักษณะภูมิความรู้ความชำนาญ	92
5.1.2.3	ลักษณะรูปแบบการคิด	94
5.1.3	ส่วนที่ 3 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	95
5.1.4	ส่วนที่ 4 ลักษณะการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	96
5.1.5	ส่วนที่ 5 อภิปรายสมมติฐาน	97
5.1.5.1	สมมติฐานการวิจัยที่ 1 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมี ความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	97
	(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 1	97
	(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 1	97
5.1.5.2	สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	99
	(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 2	99
	(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 2	99
5.1.5.3	สมมติฐานการวิจัยที่ 3 รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	100
	(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 3	100
	(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 3	100
5.1.5.4	สมมติฐานการวิจัยที่ 4 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมี ความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ	102
	(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 4	102

(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 4	102
5.1.5.5 สมมติฐานการวิจัยที่ 5 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ กับรูปแบบการคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ภูมิความรู้ ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบ การคิด	102
(1) สรุปผลการวิจัย (สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6)	102
(2) อภิปรายผลการวิจัย (สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6)	103
5.2 ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้	103
5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ล	103
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	104
5.2.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	105
รายการอ้างอิง	107
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับผู้ประกอบการ)	118
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับลูกค้า)	125
ประวัติผู้เขียน	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ที่เพิ่มขึ้น	39
2.2 วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจบูติก โฮเต็ลไทย	44
3.1 จำนวนบูติกโฮเต็ล จำนวนผู้ประกอบการ และจำนวนผู้ใช้บริการ	47
3.2 ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมินของตัวแปรบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	51
3.3 การให้คะแนนของความเป็นตัวของตัวเอง	51
3.4 ระดับของคะแนนของลักษณะบุคลิกผู้ประกอบการ	52
3.5 การให้คะแนนการประเมินสำหรับแบบวัดรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลและการใช้ ประสบการณ์	54
3.6 การให้คะแนนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	55
3.7 ระดับของคะแนนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	55
3.8 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	57
3.9 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	59
3.10 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	61
3.11 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	62
3.12 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	63
3.13 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	64
4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	66
4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	68
4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภูมิความรู้ความชำนาญ	69
4.4 ระยะเวลาที่ใช้ของภูมิความรู้ความชำนาญ	69
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ	69
4.6 จำนวนราย และค่าร้อยละ รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ	70
4.7 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	70
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการรับรู้คุณภาพการบริการ	72
4.9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้ คุณภาพการให้บริการ	73

4.10	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญและการรับรู้คุณภาพ การบริการ	74
4.11	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	74
4.12	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและภูมิความรู้ ความชำนาญ	75
4.13	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและรูปแบบการคิด	75
4.14	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญและรูปแบบการคิด	76
4.15	การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	77



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	13
2.1 Service Quality Effectiveness Mode	36



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พจนานุกรม ภาษาอังกฤษ The Oxford English Reference Dictionary ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneur คือ บุคคลที่รับผิดชอบ จัดตั้ง หรือดำเนินธุรกิจด้วยความเสี่ยงในการทำกำไรหรือขาดทุน (Oxford University Press, 1995, p. 470) ดังนั้นผลการดำเนินธุรกิจเป็นไปได้ทั้งประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง โทมัส ซิมเมอร์และคณะ (Thomas W. Zimerrer, Norman M. Scarborough & Doug Wilson, 2008) กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อเศรษฐกิจโลก ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดนโยบาย วางแผนการดำเนินงาน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง พันธะสัญญาต่อการบรรลุเป้าหมายของความสำเร็จเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทั้งหลายไม่ว่าหญิงหรือชายใช้เป็นพลังในการขับเคลื่อนจนเป็นที่ยอมรับกันว่าการเจริญเติบโตและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจอยู่ในมือของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ความสามารถและความพยายามของผู้ประกอบการยังก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชน (Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, p.12) ผู้ประกอบการคือผู้ที่ดำเนินธุรกิจบนความเสี่ยงที่จะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้

การตัดสินใจว่า ธุรกิจการบริการประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการ คุณภาพการบริการเป็นแนวคิดของธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสำคัญมากที่ผู้ผลิตสินค้าและบริการทั้งหลายไม่อาจละเลย การผลิตสินค้าในสมัยก่อนผู้ผลิตจะผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพตรงตามที่คุณภาพที่กำหนดต่างกับปัจจุบันที่ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพถูกต้องตรงตามที่คุณภาพที่กำหนด ในธุรกิจอุตสาหกรรมคุณภาพการบริการจะเกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าหลังจากที่มีการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังลูกค้าแล้ว ส่วนในธุรกิจบริการนั้น คุณภาพการบริการจะเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า องค์การชั้นนำจัดตั้งหน่วยงานบริการลูกค้าเพื่อส่งต่อข้อมูลความต้องการของลูกค้าให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง การปรับปรุงคุณภาพทั้งการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การจัดส่ง และการบริการเพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และอยู่ให้เหนือกว่าคู่แข่งตลอดเวลาหลายองค์การที่ให้ความสำคัญและพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีคุณภาพพบว่าธุรกิจเติบโตและสร้างรายได้มากขึ้น เช่นบริษัทอเมริกันเอ็กซ์เพรส บริษัทพอร์ตมอเตอร์ หรือแม้แต่ธุรกิจโรงแรม

และภัตตาคารในญี่ปุ่นแห่งหนึ่งที่นอกจากจะสามารถขยายกิจการไปได้หลายสาขาแล้วยังได้รับชื่อเสียงเกียรติยศ เพราะได้รับรางวัลเดมมิง ซึ่งเป็นรางวัลสูงค่าทางด้านการบริหารและพัฒนาคุณภาพอย่างยอดเยี่ยมของประเทศญี่ปุ่น (ธนากร เกียรติบรรลือ, 2555)

แนวคิดคุณภาพการบริการมีอยู่ไม่มาก ผู้ที่กำหนดแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและแนวคิดของเขามีคนจำนวนมากได้นำไปใช้ในการศึกษาวิจัยคือ พาราสุรามาน (Parasuraman) ซึ่งเป็นผู้ชื่อเสียงและมีอิทธิพลอย่างมากในเรื่องคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะผลงานที่ทำให้เขาเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางคือ SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการโดยการวัดความแตกต่างของคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับกับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง สมมุติฐานเบื้องต้นของการวัดนี้คือการที่ลูกค้าสามารถประเมินคุณภาพการบริการขององค์กรได้โดยเปรียบเทียบคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้ากับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับ (WikiPedia, 2016A) ในการตรวจสอบคุณภาพการบริการ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะได้ รับฟังข้อเสนอแนะต่าง ๆ ทั้งในแง่ดีและไม่ดีมากมาย เพื่อนำมาปรับปรุงเป็นการช่วยลดการตำหนิหรือ ความไม่พึงพอใจจากลูกค้าได้ทางหนึ่ง (เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์, 2547, น. 37-38) การวัดความสำเร็จของ ธุรกิจด้วยคุณภาพการบริการนี้หากให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประเมินอาจไม่เกิดความเที่ยงตรงเพราะผู้ประกอบการอาจคิดเข้าข้างตนเองเพื่อให้ได้ค่าความเที่ยงตรง และมีความน่าเชื่อถือการประเมินควรให้ผู้ใช้บริการเป็นผู้ประเมินคุณภาพการให้บริการของธุรกิจนั้น ๆ งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาการรับรู้คุณภาพ การให้บริการของผู้ใช้บริการ ตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (Parauraman, et al., 1988) วัดได้ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางการแก้ไขและป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ

มนุษย์แต่ละคนมีลักษณะบุคลิกภาพที่เฉพาะตัวแตกต่างจากคนอื่น บุคลิกภาพทั่วไปของแต่ละบุคคลมีทั้งส่วนร่วมที่เป็นสากลของมนุษย์ทุกชาติ ทุกภาษาเช่น ร้องไห้เวลาเสียใจ ยิ้มเวลามีความสุข หาวเวลาง่วงนอน ฯลฯ และมีส่วนซึ่งเป็นลักษณะที่เรียกกันว่าเฉพาะตัว ลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตัวบุคคลทั้งส่วนภายนอกที่มองเห็นชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยา มารยาท การแต่งตัว ฯลฯ และส่วนภายในที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ ลักษณะต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ไม่สามารถแยกเป็นส่วน ๆ ออกจากกันได้ การที่คนหนึ่งจะเข้าใจลักษณะที่เป็นแบบเฉพาะตัวของอีกคนหนึ่ง จึงเป็นเรื่องไม่ง่ายนัก มนุษย์ทุกยุค ทุกสมัยจึงได้พยายามศึกษาเพื่อให้เข้าใจเพราะการเข้าใจจะทำให้เราสามารถทำนายลักษณะนิสัย ความสามารถ ความถนัด ความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ตลอดจนพฤติกรรมของเขาและเราได้อย่างค่อนข้างแม่นยำอันเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตทั้งส่วนตัวและงานอาชีพ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2554, น. 7-8) ผู้ประกอบการแต่ละคน จะมีลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นแบบแผนของตนเอง ซึ่งไม่ใช่เพียง

ลักษณะบุคลิกภาพทั่วไปแต่หมายถึงบุคลิกของการเป็นผู้ประกอบการหรือพฤติกรรมของผู้ประกอบการนั้น ที่ได้แสดงหรือปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ อันเป็นผลมาจากองค์ประกอบภายในตัวผู้ประกอบการที่แตกต่างจากบุคคลทั่วไป

มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและสร้างเป็นแนวคิดทฤษฎี แนวคิดทฤษฎี เซาร์จิตต์อัจฉริยะของโซฮาร์และมาร์แชล (Zohar and Marshall) เป็นผลรวมของการพัฒนาเซาร์ต่าง ๆ เช่น เซาร์ปัญญา เซาร์อารมณ์ เซาร์ฟันฝ่าอุปสรรคและความสำเร็จ เซาร์ศีลธรรม จรรยา มนุษย์ใช้ ทฤษฎีเซาร์จิตต์อัจฉริยะในการอธิบายเรื่องความหมาย คุณค่าชีวิต การเข้าใจตัวตนและการเป็นองค์รวม ของตน ทฤษฎีเซาร์จิตต์อัจฉริยะให้ความสำคัญกับแรงผลักดันจากภายในที่ มนุษย์ทั้งหลายมุ่งมั่นที่จะกระทำ เช่น การยอมรับจริยธรรม จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบทางสังคม ทฤษฎีเซาร์จิตต์อัจฉริยะเป็นเกณฑ์ ความสามารถในการรู้จักแก้ปัญหา ปรับตัวได้ในทุกสถานการณ์ และตั้งรับการเปลี่ยนแปลง การเข้าใจ เซาร์จิตต์อัจฉริยะของบุคคลจะช่วยให้เข้าใจถึงความมุ่งมั่น การพัฒนาตนเองและวิถีทางดำเนินชีวิตร่วมกับ บุคคลอื่นได้ (ชวนะ ภวากานันท์ และอุบลวรรณ ภวากานันท์, 2545, น. 92-95)

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Michael Frese) ซึ่งเป็นอดีตนักจิตวิทยาประยุกต์นานาชาติ (International Association of Applied Psychology: IAAP) และเป็นสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้ง SIOPI (Society for Industrial & Organizational Psychology, INC.) ให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า เป็นผู้ก่อตั้งองค์การหรือเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ เฟรเซอร์สได้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญกับวิวัฒนาการใหม่ ๆ เน้นการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา กล้าเสี่ยงและพร้อมรับความผิดพลาด เฟรเซอร์สได้ทำการศึกษาและเสนอแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึงความสามารถความตั้งใจ ที่จะหาหนทางสร้างโอกาสในการทำงานด้วยตนเอง โดยสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดจำหน่าย หรือบริษัทใหญ่ ๆ ได้ ความเป็นตัวของตัวเองนี้ยังช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดเพราะผู้ประกอบการเป็นนายตนเอง จึงมีแรงกระตุ้นอย่างมากในการรักษาธุรกิจของตนเองเอาไว้ให้ได้ จากลักษณะนี้ทำให้ผู้ประกอบการ ตัดสินใจลาออกจากรางานประจำที่มั่นคงเพื่อเริ่มต้นทำธุรกิจของตนเองที่สามารถควบคุมได้ทุกอย่างและ หลีกเลี่ยงข้อจำกัดรวมถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขององค์กร ทั้งนี้ความเป็นตัวของตัวเองอาจส่งผลเสียต่อ ธุรกิจหากมีผลต่อการประสานงานของผู้ประกอบการกับบุคคลอื่น

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การมีแนวความคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยงโดยแบ่งได้เป็น สามลักษณะ คือการกล้าเสี่ยงกับสิ่งที่ตนไม่รู้ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากเข้าผูกพันในการเริ่มกิจการ

และการกลัวภัยเงินจำนวนมาก ลักษณะความเสี่ยงดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty avoidance)

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายาม ล้ำหน้าและทำการต่าง ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ มีความมั่นคงทางอารมณ์ และจะต้องเรียนรู้ จากประสบการณ์

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการ ค้นหาหนทางหรือเน้นหนทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประสบความสำเร็จ

ได้มีผู้ศึกษาบุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของเฟรเซอร์ (อ้างอิงใน รอชิตา เฉลิมไทย, 2009, น. 1-2) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมแบบอิสระในอำเภอชะอำ และ อำเภอหัวหินจำนวน 50 แห่ง มีบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความใส่ใจในความสำเร็จ ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ด้านความมี นวัตกรรมและความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันอยู่ใน ระดับค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม และความใส่ใจใน ความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ พบว่าบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง เพียงด้านเดียวที่สามารถทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบ ธุรกิจได้ร้อยละ 21.5 อีกทั้งอุมาพร โพธิ์ไชยะ (2554, น. 1-2) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระใน จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัด เชียงราย จำนวน 78 แห่ง มีบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความใส่ใจใน ความสำเร็จ ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความกล้าเสี่ยง ด้าน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความมีนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ยังพบว่าความมีนวัตกรรม และ ความใส่ใจในความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการ และบุคลิกภาพเป็นผู้ ประกอบการ ด้านความมีนวัตกรรมเพียงด้านเดียวที่สามารถทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในการประกอบธุรกิจได้ 8.4% ตามแนวคิดของเฟรเซอร์ผู้ประกอบการที่มีบุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการ แต่ละด้านต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการต่างกัน งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาบุคลิกภาพเป็น ผู้ประกอบการตามแนวคิดของเฟรเซอร์ โดยศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการว่ามีการมีบุคลิกภาพผู้ประกอบการ แบบไหน สูง ต่ำ เพียงใดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการ นำผลการวิจัย ไปใช้ในการประเมินและพัฒนาศักยภาพของตนเอง รวมถึงเกิดประโยชน์ในการคัดเลือก ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ว่าควรมีบุคลิกภาพอย่างไร ด้านไหนบ้าง รวมถึงการวางแผนว่าควรได้รับการอบรม อะไร

นอกจากบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ นับเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจ “ภูมิความรู้ความชำนาญ” (Human Capital) หรือที่เรียกกันว่า ทุมนมนุษย์ หมายถึง คลังความรู้ สมรรถนะ และคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง ในการทำงานที่จะให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี เพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ โดยที่คุณลักษณะที่สำคัญเหล่านี้ เป็นผลมาจากการได้รับองค์ความรู้ การสั่งสมประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ จนพัฒนากลายเป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญ (วรินทร์ บุญยั้ง, 2554, น. 20) ประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้ความสามารถ และความชำนาญในทักษะด้านต่าง ๆ นี้ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่มีใครสามารถลอกเลียนแบบได้ ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างหนึ่ง (ศิระ โอบาสพงษ์, 2543, น. 32) ภูมิความรู้ความชำนาญถือเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสั่งสมความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์จากการทำงานในอดีต ผู้ประกอบการบางคนอาจจะมีพรสวรรค์ (Talent) มาแต่กำเนิด หรือบางคนมีประสบการณ์การเรียนรู้จากการที่เติบโตมาในครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจมาก่อน และมีอีกหลายคนที่ต้องเข้าทำการศึกษาเรียนรู้จากระบบการศึกษาโดยตรง หรือศึกษาจากความสำเร็จของผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีประสบการณ์ (จินตนา บุญบงการ, 2542, น.57)

ในเชิงจิตวิทยาเฟรเซอร์ (Michael Frese, 2000, p.25) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญไว้ว่าเป็นผลรวมของภูมิความรู้ความชำนาญ ซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยใช้ตัวชี้วัด 3 ตัว ได้แก่ ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) หมายถึงจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาสะสมความรู้ ความชำนาญในงาน (Skill) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในงานอาชีพโดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา หรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน และประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมาหรือระยะเวลาที่ทำงานมาก่อน

ได้มีผู้ศึกษาภูมิความรู้ความชำนาญตามแนวคิดของเฟรเซอร์ (อ้างถึงในรอชิตา เฉลิมไทย, 2009, น. 1-2) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีความชำนาญในวิชาชีพ และประสบการณ์ในการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับบุคลิก ผู้ประกอบการ จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาและความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์ทางลบกับความก้าวร้าวในการแข่งขัน ส่วนประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเป็นตัวของตัวเอง ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้ (อรการ พุฒิกาสพาณิช, 2550, น. 1) พบว่าภูมิความรู้ความชำนาญในด้านจำนวน ปีที่ใช้ในการศึกษา ประสบการณ์ในการบริหาร และความชำนาญในวิชาชีพ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความสำเร็จในการประกอบการ จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นงานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาภูมิความรู้ความชำนาญ ตามแนวคิดของเฟรเซอร์ โดยศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับใด มีประสบการณ์การบริหาร และความชำนาญในวิชาชีพสูง ต่ำเพียงใดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการตาม

การรับรู้ของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปใช้ในการประเมิน และพัฒนาศักยภาพของตนเอง รวมถึงเกิดประโยชน์ในการคัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้การศึกษา มีประสบการณ์ในการบริหาร และความชำนาญในวิชาชีพมากเพียงใด รวมถึงการวางแผนว่าควรได้รับการอบรมแบบใดอย่างไร

นอกจากบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ ยังมีรูปแบบการคิด (Style of Thinking) ของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์การให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในสังคมยุคนี้ ๆ จึงต้องใช้ความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา ปัจจัยพื้นฐานของความคิดที่ยอมรับกันทั่วไป 3 ชนิด ปัจจัยที่กล่าวถึงนี้คือ 1. การคิดเป็นการรู้คิดที่เกิดจากภายในจิตใจแต่มีส่วนเกี่ยวเนื่องไปถึงพฤติกรรมภายนอก เช่น การที่ผู้เล่นครุ่นคิดในระหว่างการเล่นหมากรุกหรือในระหว่างการตัดสินใจต่าง ๆ 2. กระบวนการทางความคิด เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงหรือบูรณาการความรู้ในระบบการรู้คิด เช่น ในขณะที่เล่นหมากรุก ผู้เล่นกำลังครุ่นคิดกับการเล่น ความคิดในอดีตบวกข้อมูลความคิดในปัจจุบันจะเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงหรือบูรณาการความคิดในสถานการณ์ต่อนั้น และ 3. การใช้ความคิดที่เป็นผลจากพฤติกรรมซึ่งใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ เช่น การเคลื่อนไหวของผู้เล่นที่ในใจของเขา กำลังมุ่งไปสู่การชนะของเกมหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ (อุบลวรรณ ภาวกันท์, 2555, น. 327)

ความคิดของมนุษย์เป็นผลจากการรู้คิดที่เป็นกระบวนการทำงานของสมอง (Mental Process) เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เป็นการจัดการข้อมูลที่ได้รับให้อยู่ในรูปแบบอันเหมาะสมตามที่ต้องการ การคิดเป็นการแปรข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสู่รูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมด้วยการนำเอาข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีคิดรวมกันด้วยเหตุผล ผสมผสานกับอารมณ์และความต้องการเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ในสิ่งที่ปรารถนาจะได้รับ แม้การคิดเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล ที่เรามองไม่เห็นแต่เราก็สามารถทราบโดยการสังเกตจากกระบวนการตอบสนองภายนอกที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปของภาษาพูด หรือลักษณะท่าทาง การคิดของบุคคลบางครั้งอาจเป็นเพียงการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างไม่มีจุดหมายของการคิด เมื่อไรก็ตามที่การคิดเป็นการคิดอย่างมีเหตุผล และนำไปสู่การคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความคิดลักษณะนั้นเป็นความคิดที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในชีวิตของบุคคลโดยเฉพาะการคิดที่มีส่วนทำให้บุคคลเกิดการพัฒนา (ลักษณะ สิริวัฒน์, 2549, น. 1-4) ความเป็นอยู่ที่ดีและการดำเนินชีวิตของมนุษย์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็อยู่ที่ความคิดของแต่ละคนนั้น และในทางกลับกันความล้มเหลว ความเสียหาย และความผิดพลาดก็เกิดขึ้นได้ด้วยความคิดและความไม่ยั้งคิดของคนนั้น ๆ เช่นกัน (เทียนประพันธ์ พันธลิขิต, 2554, น. 12-13) จึงเห็นได้ว่ารูปแบบการคิดมีความสำคัญ รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไป และอาจมีผลต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจที่ออกมาต่างกันด้วย

มีผู้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบความคิดและกำหนดแนวทางไว้หลายแนวทาง เช่น ริชาร์ด เจ. ไรดิงก์ และชีมา (Richard J. Riding & Cheema) แบ่งรูปแบบการคิดเป็น 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มรูปแบบการคิดแบบภาพรวม-วิเคราะห์ (Wholist-Analytic Dimension) และกลุ่มรูปแบบการคิดแบบคำพูดและภาพ (Verbal-Imagery Dimension) โดยอธิบายว่ารูปแบบการคิดทั้ง 2 กลุ่มรูปแบบการคิดนี้มีความสำคัญมากอย่างมากในการพัฒนาการดำเนินชีวิตของมนุษย์อันส่งผลต่อพฤติกรรมทางสังคมชีวิต การตัดสินใจและการเรียนรู้ (Wikipedia, 2016B) สเติร์นเบิร์ก (Sternberg, 1985) ได้เสนอทฤษฎีการประสานของเขาวัวปัญญามนุษย์สามส่วน (Triarchic Theory of Human Intelligence) ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analytic) การสร้างสรรค์ (Creative) และการปฏิบัติ (Practical) สเติร์นเบิร์กกล่าวว่าเขาวัวปัญญาซึ่งรวมถึงการคิดคือความสามารถของมนุษย์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จที่แต่ละคนต้องการด้วยจุดแข็งหรือจุดเด่นของตนรวมถึงการปรับแก้จุดด้อยที่มีอยู่ซึ่งอาจทำได้ด้วยการชดเชยด้วยจุดแข็งที่มีอยู่ก็ได้

เซย์มัวร์ เอปสไตน์ (Seymour Epstein) ศาสตราจารย์ทางจิตวิทยาและเป็นผู้คิดค้นทฤษฎีทางบุคลิกภาพได้ศึกษารูปแบบการคิดโดยให้ความสำคัญกับข้อมูลต่าง ๆ ที่คนเราจดจำและเก็บรวบรวมไว้จากการศึกษาและประสบการณ์ที่ผ่านมาของตน จะเห็นว่าคนเรามีวิธีการจัดเก็บข้อมูลต่างกััน มีประสบการณ์แตกต่างกัน จึงทำให้รูปแบบการคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย เอปสไตน์ได้กำหนดแนวคิดทฤษฎีรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลและแบบใช้ประสบการณ์ (Epstein, 1990, p.167-170) โดยแบ่งรูปแบบการคิดออกเป็น 2 ประเภท คือ ระบบการคิดแบบเชิงเหตุผล (Rational System) เป็นระบบที่ให้ความสนใจกับข้อมูล รู้จักการวิเคราะห์และจะแสดงออกด้วยคำพูด ลักษณะเด่นของคนที่มีแนวโน้มใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลจะเป็นคนที่มีความคิดดี หลีกเลียงการปฏิเสธ สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมองสิ่งต่าง ๆ ด้วยความเป็นจริง ระบบที่สองคือระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential System) เป็นระบบที่จัดการต่อข้อมูลต่าง ๆ อย่างอัตโนมัติ ใช้สัญชาตญาณ และการแสดงออกด้วยท่าทาง บุคคลที่มีแนวโน้มใช้ระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์จะเชื่อโดยปราศจากพื้นฐานความเป็นจริง จะใช้สัญชาตญาณเป็นตัวนำความคิดหรือการตัดสินใจ และจะมองสิ่งต่าง ๆ ตามกรอบความคิดเดิมที่เคยได้รับประสบการณ์นั้นมาใช้กับเหตุการณ์ปัจจุบัน บุคคลผู้มีแนวโน้มใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลจะคำนึงถึงความสงบสุข ประโยชน์ของคนในสังคม บุคคลประเภทนี้จะมีพฤติกรรมหรือการแสดงออกถึงความมีมนุษยธรรมโดยแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจ สงสาร ไม่ต้องการเห็นผู้อื่นเดือดร้อน ยินดีให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้อื่นเดือดร้อน สำหรับบุคคลที่มีแนวโน้มใช้รูปแบบการคิดเชิงประสบการณ์ จะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดีเพราะใช้สัญชาตญาณของตัวเองตัดสินใจว่าบุคคลอื่นมีลักษณะอย่างไรโดยอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้วเลือกใช้วิธีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่ได้ผลสำเร็จ (Epstein, 1996, pp. 390-395)

งานวิจัยนี้ศึกษาารูปแบบความคิดของผู้ประกอบการตามแนวคิดของเอสไตน์ที่ครอบคลุมเพื่อศึกษาว่าผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการคิดแบบไหน มากน้อยเพียงใดส่งผลต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจเพื่อเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอื่นที่ใช้เป็นแนวทางในการประเมินและพัฒนา ปรับปรุงศักยภาพของตนเอง ใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นต่อไปรวมถึงการวางแผนการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาต่อไป

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับเพราะเป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นรายได้หลักอันดับต้น ๆ ของประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นำเงินตราเข้าประเทศได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบจากต่างประเทศ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การพัฒนา การกระจายรายได้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ การท่องเที่ยวคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.62 ของ GDP ประเทศไทย จึงนับได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐาน ทางเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน (กองวิชาการท่องเที่ยว, 2555, น. 1) เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวสถานที่พักนับเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ ในประเทศไทยจัดได้ว่ามีที่พักหลายระดับหลายราคาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกความต้องการ แต่ละแห่งต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยสไตล์การออกแบบและรูปแบบการให้บริการระดับมาตรฐานตั้งแต่หนึ่งดาวไปจนถึงห้าดาว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย-ที่พัก, 2555, น. 1) บุติกโฮเต็ลหรือโรงแรม/รีสอร์ตขนาดเล็กที่มีขนาดไม่เกิน 79 ห้องได้รับความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยวและนักลงทุนเพื่อผลกำไรในช่วง 5-8 ปีที่ผ่านมา ด้วยความโดดเด่นในแง่ความเป็นตัวของตัวเองที่ถ่ายทอดผ่านโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและแนวคิดในการให้บริการไม่จำกัดว่าโครงการจะตั้งอยู่บนทำเลแบบไหน ภูเขา ทะเล หรือในเมือง ความสำเร็จของหลาย ๆ โครงการที่เกิดขึ้น เป็นแรงดึงดูดให้นักลงทุนหรือคนทั่วไปที่ต้องการมีกิจการเป็นของตนเอง หรือวางแผนให้เป็นธุรกิจในอนาคตก็ตามสนใจลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้น (อมรพรรณ สมสวัสดิ์, 2552, น. 8-9)

ความนิยมบูติก โฮเต็ลได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยบูติก โฮเต็ลในยุคนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การมีบริการพิเศษ เน้นความเป็นส่วนตัวมีทั้งที่เรียบง่าย พิถีพิถัน หรูหรา หือหวา แปลกใหม่และมีจุดขายที่ชัดเจน บูติกโฮเต็ล หลายแห่งเน้นการเชื่อมโยงกับวิถีวัฒนธรรมชุมชนในท้องถิ่น และการใส่ใจในสิ่งแวดล้อม แม้ผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลจะเลือกประกอบกิจการแบบที่ใช้ต้นทุนต่ำได้ แต่มีบางบูติกโฮเต็ลเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม มีนักท่องเที่ยวเข้าคิวรอไปใช้บริการ บางแห่งได้รับการคัดเลือก ยกย่องจากบุคคลทั่วไปให้เป็นบูติกโฮเต็ลยอดเยี่ยมจากการจัดประกวดขององค์การที่ให้ความสนใจในเรื่องนี้ ในขณะที่มีบูติกโฮเต็ลบางแห่งไม่ประสบความสำเร็จ ประสบภาวะขาดทุนซึ่งหากเป็นนักลงทุนมีอาชีพที่มีแหล่งเงินทุนมากอาจจะประคับประคองธุรกิจ หรือปรับแผนการดำเนินงานจนสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลทั่วไป ทั้งที่มีหรือไม่มีประสบการณ์ที่ต้องการมีกิจการเป็นของตนเอง หรือตัดสินใจลงทุนในธุรกิจบูติกโฮเต็ลเพื่อให้เป็นธุรกิจในอนาคตใช้เงินทุนที่มีอยู่ทั้งหมดลงทุนในธุรกิจนี้ จึงมีความเสี่ยงที่จะไม่ประสบความสำเร็จ หรือไม่สามรถแบก

รับภาวะการขาดทุนต่อเนื่องได้ยาวนาน บางแห่งต้องปิดกิจการ ผู้ประกอบการบางรายประสบภาวะล้มละลาย เกิดปัญหาครอบครัวอันนำไปสู่ปัญหาสังคมได้

ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจและทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ประสบความสำเร็จว่ามีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านใด มีภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดแบบไหน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปใช้ในการประเมินและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ประสบความสำเร็จ หรือประสบความสำเร็จมากขึ้น นำผลการวิจัยไปใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประกอบการคนต่อไปรวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผนการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการบูติกโฮเต็ลยอตนียมว่ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านใดเพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการแก้ไขและป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจบูติกโฮเต็ล ตลอดจนการนำผลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบการคิด การรับรู้คุณภาพการบริการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้ บริการที่มีผลมาจากบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลยอตนียมในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการของธุรกิจบูติกโฮเต็ล ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Award 2011 จำนวน 40 แห่ง โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 15 ท่าน โดยใช้เวลาในการเตรียมข้อมูลออกแบบศึกษาประมาณ 2 เดือน ใช้เวลาในการดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 4 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ศึกษาเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ประสบความสำเร็จมีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านใด มีภูมิความรู้ความชำนาญเพียงใด และมีรูปแบบความคิดเป็นแบบไหน

2. ศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการเพื่อให้ทราบว่าธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ประสบความสำเร็จนั้น ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ต่อคุณภาพการบริการด้านไหนของบูติกโฮเต็ล
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปใช้ในการประเมินและพัฒนาศักยภาพของตนเองประสบความสำเร็จมากขึ้น
4. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นต่อไปรวมถึงเป็นแนวทางในการวางแผนฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ
5. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจบูติกโฮเต็ล
6. เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ รูปแบบการคิด การรับรู้คุณภาพการบริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บูติกโฮเต็ล หมายถึงที่พักที่ได้รับการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ มีคอนเซ็ปต์การตกแต่งที่ชัดเจนมาก บูติกโฮเต็ลมักมีจำนวนห้องพักไม่มากนัก เน้นความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับรอง ลงมาจาก การตกแต่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย-ที่พัก, 2012, p. 1)
2. ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่รับผิดชอบ จัดตั้ง หรือดำเนินธุรกิจด้วยความเสี่ยงในการทำกำไรหรือขาดทุน (Oxford University Press, 1995, p. 470)
3. บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนภายนอกหรือส่วนที่มองเห็นชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยา มารยาท การแต่งตัว ฯลฯ และส่วนภายใน หรือส่วนที่มองเห็น ได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2554, น. 7-8)
4. ผู้ใช้บริการ (Customer) หมายถึง นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางมาเที่ยวและพักในบูติกโฮเต็ล
5. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation) หมายถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้ประกอบการขณะดำเนินธุรกิจ โดยจำแนกตามแนวคิดของเฟรเซอร์ออกเป็น 6 ด้าน (Michael Frese, 2000, pp. 18-19) คือ
 - 5.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึงความสามารถและความตั้งใจที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตนโดยสามารถที่จะทำงานได้ด้วยตัวเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ
 - 5.2 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึงการมีแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

5.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยงโดยแบ่งเป็น 3 แบบ คือกล้าเสี่ยงกับสิ่งที่ตนไม่รู้ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากของตนเข้าผูกพันในการเริ่มกิจการ และการกู้ยืมจำนวนมาก

5.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายามล้ำหน้าและทำการต่าง ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5.5 ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ มีความมั่นคงทางอารมณ์ และจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์

5.6 ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึงลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทางหรือเน้นหนทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประสบความสำเร็จ

6. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) หมายถึง ผลรวมของความรู้ความชำนาญ ซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยใช้ตัวชี้วัด 3 ตัว ตามแนวคิดของเฟรเซอร์ (Michael Frese, 2000, p.25) คือ

6.1 ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) หมายถึง จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาสะสมความรู้

6.2 ความชำนาญในงาน (Skill) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในงานอาชีพ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา หรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน

6.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) หมายถึง ความสามารถหรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมาหรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน

7. รูปแบบการคิด คือ แนวโน้มของวิธีคิดที่บุคคลจะใช้หรือชอบใช้การรับรู้ การตีความ การจัดระเบียบข้อมูลที่ได้รับ การจดจำข้อมูลต่าง ๆ และการแก้ปัญหา มี 2 ระบบควบคู่กัน (ตามแนวคิดของ Epstein, 1996) ได้แก่

7.1 ระบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับของจิตสำนึก เป็นระบบการคิดที่พัฒนามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เด็ก ให้ความสนใจกับข้อมูล รู้จักการวิเคราะห์ เป็นระบบการคิดที่ไม่ใช้อารมณ์และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง และจะแสดงออกด้วยคำพูด เป็นระบบที่เหมาะสมต่อการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำและซับซ้อน

7.2 ระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก (Preconscious) เป็นระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและหยาบ เป็นระบบที่จัดการต่อข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ ใช้สัญชาตญาณ จะแสดงออกทางลักษณะท่าทาง

8. คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงานตามมาตรฐาน และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นไปตามความคาดหวังได้มากหรือน้อยเพียงใด โดยศึกษาตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman, et al., 1990) ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ดังนี้

8.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

8.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

8.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจ่ายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

8.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้าง ความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

8.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

9. ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองโดยวัดจากคุณภาพการบริการประเมินโดยผู้ใช้บริการ

10. บุติโกเฮเต็ลได้รับรางวัล หมายถึง บุติโกเฮเต็ลจำนวน 15 แห่งที่ได้รับการคัดเลือกจากโครงการ Thailand Boutique Awards 2011 จัดโดยธนาคารกรุงไทยร่วมกับกรุงเทพมหานคร

1.6 สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการ
- สมมติฐานที่ 2 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการ
- สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการ
- สมมติฐานที่ 4 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ
- สมมติฐานที่ 5 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด
- สมมติฐานที่ 6 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ล ยอดนิยมในประเทศไทย มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)
2. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital)
3. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการคิด (Style of Thinking)
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ (SERVQUAL)
5. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวและบูติกไฮเต็ล

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

2.1.1 ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ

คำว่าผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneur มีรากศัพท์มาจากคำว่า “Entreprende” ในภาษาฝรั่งเศส หมายถึง “รับดำเนินการ” (ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์, 2542, น. 4) ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ The Oxford English Reference Dictionary ได้ให้ความหมายว่าผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneur คือ บุคคลที่รับผิดชอบ จัดตั้ง หรือดำเนินธุรกิจด้วยความเสี่ยงในการทำกำไรหรือขาดทุน (Oxford University Press, 1995, p. 470) นอกจากนี้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการในมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

ทางด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้เริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ (ปาริชาติ บุญยะโรจน์, 2544, น.13)

ทางด้านจิตวิทยา ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่มีกระบวนการสร้างสรรค์ที่แตกต่างในด้านคุณค่า มีความเป็นอิสระ อุทิศเวลาและความอดทน รวมถึงเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไรและความพึงพอใจ (Hisrich & Peter, 2002, p. 9)

สำหรับนักเศรษฐศาสตร์ไทยได้ให้ความหมายผู้ประกอบการคือ ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่มองเห็นโอกาสในการทำกำไรโดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยขบวนการผลิตใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม หรือด้วยการปรับปรุงองค์กร และผู้ประกอบการเป็นผู้แสวงหา

เงินลงทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (นิมิตร นนทพันธ์วาทย์, 2527, น. 15)

สำหรับนักวิชาการด้านการบริหารของไทย ชูชัย สมितिไกร และอำนาจ ธีระวนิช (ชูชัย สมितिไกร, 2547, น. 9; อำนาจ ธีระวนิช, 2549, น. 30) ให้ความหมายไว้ว่าผู้ประกอบการคือ บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจของตนเองขึ้นมาใหม่ เพื่อแสวงหารายได้ กำไร และการเจริญเติบโตในกิจการโดยการรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการลงทุน และการมองหาโอกาสที่จะผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ภายใต้สภาวะที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

นอกจากนี้ยังมีผู้ศึกษาและให้ความหมายผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งองค์กร มีความคิดสร้างสรรค์และมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ยอมรับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหวังผลกำไรและความพึงพอใจ รวมถึงเป็นผู้ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและตลาดในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างมีอิสระ โดยการศึกษาในครั้งนี้ (รอชิตา เฉลิมไทย, 2552, น. 44) ผู้ประกอบการคือ บุคคลที่ก่อตั้งกิจการของตนเองหรือเป็นหุ้นส่วนที่มองหาโอกาสในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ โดยการรวบรวมปัจจัยการผลิตและเทคนิคการบริหารต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของธุรกิจ เพื่อแสวงหารายได้ กำไร การเจริญเติบโตและความพอใจในการประกอบกิจการ (อุมพร โพธิ์ไชยะ, 2554, น. 17)

2.1.2 ความสำคัญของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เป็นผู้วางแผน บริหาร จัดการ และผลักดันให้ธุรกิจพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ของธุรกิจให้พัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสังคมที่ดำเนินกิจการอยู่ (Coulter, 2003, p. 23) ไบรอัน เทรซี่ (Brian Tracy) ที่ปรึกษาด้านเคล็ดลับแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ ที่ www.Entrepreneur.com และหน่วยงานชั้นนำของอเมริกา กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นศูนย์กลางและเป็นผู้กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างโอกาส สร้างรายได้ สร้างความมั่งคั่ง สังคมมีความมั่นคงและเจริญรุ่งเรืองส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโลก (Tracy, 2005, 1-2, 9-11)

2.1.3 ความหมายของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนภายนอกหรือส่วนที่มองเห็นชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยา มารยาท การแต่งตัว ฯลฯ และส่วนภายใน หรือส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ ลักษณะต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ไม่สามารถแยกเป็นส่วน ๆ ออกจากกันได้ บุคลิกภาพของบุคคลแต่ละคนมีทั้งส่วนร่วมที่เป็นสากลของมนุษย์ทุกชาติ ทุกภาษา และมีส่วนซึ่งเป็นลักษณะที่เรียกกันว่าเฉพาะตัว และลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตัวนี้เองที่คนหนึ่งจะเข้าใจ

บุคลิกภาพของอีกคนหนึ่ง จึงเป็นเรื่องไม่่ง่ายนัก มนุษย์ทุกคน ทุกสมัยจึงได้พยายามศึกษาเพื่อเข้าใจ บุคลิกภาพของตนเองและบุคคลอื่น เพราะความเข้าใจนี้สามารถทำให้เราสามารถทำนายลักษณะนิสัย ความสามารถ ความถนัด ความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ตลอดจนพฤติกรรมของเขาและเราได้อย่าง ค่อนข้างแม่นยำอันเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตทั้งส่วนตัวและงานอาชีพ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2554, น. 7-8) จึงสนใจที่จะศึกษาบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ

2.1.4 ลักษณะของผู้ประกอบการ

ซิมเมอร์ และสคาโบรจ (Zimmerer & Scarborough, 1996, p. 6) ได้ทำ การศึกษาและอธิบายลักษณะผู้ประกอบการไว้ว่า ลักษณะผู้ประกอบการไม่ใช่เพียงลักษณะทางบุคลิกภาพ ของผู้ประกอบการ แต่เป็นทัศนคติและลักษณะพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะผู้ประกอบการนั้นต่างกับลักษณะทางบุคลิกภาพตรงที่ ลักษณะบุคลิกภาพจะคงที่ตลอดเวลา และทุกสถานการณ์ แต่ลักษณะผู้ประกอบการจะถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรมและถูกส่งผลกระทบต่อ โดย สิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้แล้วนั้น อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543, น. 45) ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ได้อธิบายความหมายของคุณลักษณะของความเป็น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้บ่มเพาะหรือ การหล่อหลอม หรือจากการฝึกหัดฝึกฝน

2.1.5 บทบาทและชนิดของผู้ประกอบการ

ลองจีเนคเคอ และคณะ (Longgeneccker et al., 1994, pp. 23-29) กล่าวถึง ผู้ประกอบการว่าเป็นผู้ปฏิบัติภารกิจในบทบาทดังนี้

1. บทบาทของนักลงทุน เนื่องจากการเริ่มกิจการส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการ มีความมั่นใจในความคิดของตัวเอง แต่ไม่มีผู้ร่วมทุน ทำให้การลงทุนในกิจการครั้งแรกต้องเป็นเงินส่วนตัว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่กล้าเสี่ยงลงทุน เพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
2. บทบาทของผู้จัดการแม้ว่ากิจการที่สร้างขึ้นจะเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก แต่ใน ฐานะผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องประกอบภารกิจในฐานะผู้จัดการด้วย เพื่อให้สามารถดำเนินการตาม เป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการจัดการและต้อง สะสมประสบการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย
3. บทบาทของผู้นำโดยปกติธุรกิจขนาดเล็กมักจะมีเจ้าของคนเดียวเข้ามาทำงานตาม ความเหมาะสมขององค์กร ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างเด่นชัด โดยต้องเป็นผู้บุกเบิก ริเริ่มงานใหม่ ๆ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบัน และผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม โดยอาศัยศิลปะ ในการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจ อีกทั้งพัฒนาลูกน้องให้เติบโตก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย

4. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคมเมื่อผู้ประกอบการได้เริ่มทำธุรกิจ เพื่อช่วยเหลือและทำประโยชน์กับสังคมและผู้บริโภคเชิงเศรษฐกิจแล้ว หากว่ากิจการเติบโตและขยายตัวออกไป นอกจากเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่ดำเนินธุรกิจแบบมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียว หรือทำธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่องของสังคม และการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป

2.1.6 บุคลิกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

แลมบิง และคูล (Lambing & Kuehl, 2003, pp. 24-29) ได้ศึกษาและอธิบายความเป็นผู้ประกอบการที่ดีและประสบความสำเร็จ ว่าต้องมีลักษณะร่วมกันหลายประการ ได้แก่ มีความต้องการอย่างแรงกล้าในการทำธุรกิจเพราะความต้องการนี้จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถบรรลุเป้าหมายได้

1. มีความต้องการอย่างแรงกล้าในการทำธุรกิจเพราะความต้องการนี้จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถบรรลุเป้าหมายได้
2. มีความยืดหยุ่นไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เข้ามา ต้องคิดว่าความผิดพลาดหรือความล้มเหลวที่เกิดขึ้นเป็นประสบการณ์
3. มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และแนวความคิดการดำเนินธุรกิจ และเชื่อว่าจะสามารถสำเร็จได้ถ้าลงมือทำ
4. สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง และเชื่อว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับการกระทำของตนเอง หรือเป็นผลมาจากตน
5. มีความสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้ และมักจะมองความเสี่ยงแตกต่างไปจากผู้อื่น และผู้ประกอบการจะประเมินสถานการณ์ความเสี่ยง หาวิธีดำเนินการจัดการกับความเสี่ยงนั้นก่อนจะตัดสินใจ และจะดำเนินการเฉพาะบนความเสี่ยงที่ยอมรับได้
6. มองการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสต่างกับบุคคลทั่วไปที่มองว่าเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง
7. มีความอดทนต่อความคลุมเครือไม่มีสิ่งประกันความสำเร็จ มีแต่ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ สภาพภูมิอากาศ และการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของลูกค้า และผู้ประกอบการจะต้องอยู่ได้อย่างสบายกับความไม่แน่นอน
8. มีความริเริ่มสิ่งใหม่ และต้องการความสำเร็จ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แตกต่างจากผู้อื่น และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าบุคคลทั่วไป
9. ใส่ใจกับรายละเอียดและต้องการงานที่สมบูรณ์ ผู้ประกอบการมักจะต้องการให้งานของตนออกมาด้วยความเป็นเลิศและสมบูรณ์

10. ตระหนักในคุณค่าของเวลาที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว เพราะเวลาเป็นสิ่งที่มีความมาก
11. มีความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในเหตุผลของความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีความสามารถมองเห็นโอกาสที่คนอื่นไม่เห็น และมีจินตนาการในแบบต่าง ๆ ที่บุคคลอื่นไม่สามารถมองเห็น
12. มองภาพใหญ่ ในขณะที่ผู้อื่นมองภาพเพียงบางส่วนเท่านั้น (รอชิตา เถลิ้มไทย, น. 52-53)

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2546, น.19-20) ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ และธุรกิจ พบว่า นอกจากความสนใจและการเตรียมตัวที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้น จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติของนักธุรกิจที่ดีด้วย ซึ่งคำว่าคุณสมบัติของนักธุรกิจนั้น นอกเหนือจากประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการทำธุรกิจแล้ว ยังรวมถึง คุณลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ด้วย

1. พร้อมที่จะทำงานหนัก หนักเอาเบาสู้
2. มีอัธยาศัยดี
3. พุดจาสื่อความเข้าใจกับคนอื่นได้ดี
4. รู้จักที่จะเป็น “แม่งาน” หรือ “พองาน” คือ รู้จักวางรูปงาน
5. มีความภูมิใจในสิ่งที่ตนเองกำลังทำ
6. รู้จักสร้างและรักษามิตรภาพ
7. เป็นคนที่ก่อร่างสร้างตัว
8. ยินดีที่จะแบกภาระความรับผิดชอบ
9. มีความกล้าในการตัดสินใจ

อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543, น. 40-45) รองปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ได้เสนอว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมี 19 ประการ ดังนี้

1. มีความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ในระดับปานกลาง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ประกอบการมักจะชอบทำงานที่ท้าทายต่อความรู้ความสามารถของตน โดยจะชอบงานที่มีความเสี่ยง ปานกลาง ที่มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรืออาจจะล้มเหลว ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่เขาประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถ

2. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (Need for Achievement) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ จะต้องเป็นผู้กระหายความสำเร็จ มุ่งมั่นที่จะทุ่มเทสติปัญญา พลังความสามารถ ความมุ่งมั่น ทั้งหมด เพื่อทำงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จตามที่คิดวิเคราะห์ รู้จักวางแผน ตั้งมาตรฐานของตนเองไว้สูง ปฏิบัติงานอย่างเข้มแข็ง แม้จะต้องใช้เวลามากกว่าคนอื่น เขาจะเกิดการเรียนรู้ถึงพลังความสามารถหรือจุดอ่อนของตัวเอง และปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ เขาจะพอใจและภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ผลงานของเขา ออกมาดีเด่น

3. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้วเขาจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ตัวเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว ความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายนี้ จะทุ่มเทให้ทั้งหมดโดยคิดวางแผนและวางกลยุทธ์ล่วงหน้าไว้ให้พร้อม ความกลัวความล้มเหลวทำให้เขามองลู่ทางวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจจะขัดขวาง และเตรียมตัวป้องกันปัญหาและอุปสรรคนั้น
4. มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นคือ ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้เป็นผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ
5. มีความมานะและทำงานหนัก ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้ทุ่มเททำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มพละกำลัง และความสามารถ แม้ต้องเผชิญอุปสรรคอย่างหนัก
6. มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะเป็นผู้ที่เต็มไปด้วยพลัง ทำงานหนัก ไม่อยู่นิ่ง หรือสักแต่จะทำอะไรให้หมดไปวัน ๆ หนึ่ง ตลอดจนจะรู้สึกเบื่อหน่ายกับงานที่ทำซ้ำซากเป็นงานประจำ
7. มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Attempt to Learn from Problem & Mistake) คือ การนำเอาความรู้ประสบการณ์ และผลสะท้อนที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีตนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม เขามักมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้
8. มีความรับผิดชอบ คือ รับผิดชอบต่องานที่ทำอย่างเต็มที่ เป็นผู้นำและกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น ริเริ่มด้วยความคิด และลงมือกระทำ หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำโดยอยู่ในความดูแล เขาจะทำงานที่ดีที่สุดเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามเป้าหมายที่วางไว้
9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Autonomy) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการมักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระ และพึ่งตนเอง มีความมั่นใจตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง มีลักษณะความเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตสภาวะแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้
10. มีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ในอดีตผู้ประกอบการมักไม่ได้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูง แต่เขาก็ได้เรียนรู้ มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เขาทำการผลิต ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา
11. มีความสามารถในการบริหาร ผู้ประกอบการจะต้องมีลักษณะเป็นผู้นำและมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน ทั้งนี้ลักษณะของความเป็นผู้นำในแต่ละช่วงของกิจการก็แตกต่างกัน ดังเช่นในระยะแรกของการดำเนินกิจการ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง เอาใจใส่ความเป็นอยู่ของผู้ร่วมงาน ให้คำแนะนำ และควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ผู้ประกอบการจะเปลี่ยนแบบการบริหาร โดยมีความเชื่อมั่นในผู้ใต้บังคับบัญชาที่ตั้งใจทำงานมากขึ้น ในที่สุดปล่อยให้ดำเนินการเองมากขึ้น

12. มีความคิดสร้างสรรค์ (Innovativeness) ผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ไม่พอใจสิ่งที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบดั้งเดิม จะนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ หาวิธีการใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงาน

13. มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มั่นใจความสามารถของตนที่จะเป็นผู้ปรับสภาพแวดล้อมให้เป็นที่ไปตามต้องการมากกว่า การปล่อยให้ทุกอย่างเป็นที่ไปตามการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติที่ควบคุมไม่ได้ หรือตาม “ดวง” หรือ “โชค” และหากมีความผิดพลาด จะยอมรับข้อผิดพลาดเป็นครู แล้วพยายามปรับปรุงแก้ไข

14. มีความกล้าตัดสินใจ ผู้ประกอบการที่ต้องการความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญในการตัดสินใจ เมื่อได้ศึกษาหาข้อมูลอย่างถ่องแท้แล้ว มีความเชื่อมั่นในตนเองในงานที่กระทำลงไป รวมทั้งต้องมีจิตใจของนักต่อสู้อยู่ในสายเลือดอย่างเต็มที่

15. มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน

16. มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร

17. มีความซื่อสัตย์ (Integrity) ความซื่อสัตย์เป็นคุณธรรมประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ คือ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า หุ้นส่วนหรือผู้ร่วมทุน รวมถึงเจ้าหน้าที่

18. มีการประหยัดเพื่ออนาคต คือ การประหยัด รู้จักการเก็บออมเพื่อขยายกิจการในอนาคตจุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจจะต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานกว่าจะบรรลุเป้าหมายได้

19. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการ คือ พลังที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้ประเทศเกิดการพัฒนา เป็นผู้สร้างให้สังคมมีความเป็นอยู่ดีขึ้น สร้างงานให้คนทำ สร้างรายได้และอำนาจซื้อให้ประชาชน เป็นผู้ประดิษฐ์คิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ผลิตสินค้าแบบใหม่

ฮัลโลแรน เจมส์ ดับเบิลยู (Halloran, 1994) เสนอว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีเป้าหมายอยู่ในใจ หมายถึง ผู้ประกอบการต้องกำหนดเป้าหมาย และพยายามทำทุกสิ่งเพื่อให้บรรลุตามสิ่งที่ต้องการ

2. มีพลังสร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ประกอบการต้องสร้างสรรค์วิธีการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการเสนอสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า

3. เชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง ผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมั่นและกล้าตัดสินใจ ในหากเกิดความผิดพลาด ผู้ประกอบการต้องกล้าที่จะเรียนรู้จากความผิดพลาดนั้น

4. มีจิตใจแน่วแน่ หมายถึง ผู้ประกอบการต้องไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น เพราะความล้มเหลวจะสอนให้คิด ทำด้วยวิธีการที่ต่างไปจากเดิม และเป็นรากฐานแห่งความสำเร็จ

5. กำหนดความถนัดของตนเอง หมายถึง ผู้ประกอบการต้องรู้จักวิเคราะห์ความสามารถ ความถนัดของตนเองที่ผ่านมาในอดีต เพื่อให้มั่นใจว่าตนเองเหมาะที่จะทำธุรกิจของตนเอง

6. ค้นหาสิ่งที่เหมาะสม หมายถึง ผู้ประกอบการต้องรู้จักมองหาสภาพแวดล้อมหรือเงื่อนไขที่เอื้อต่อการทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ เช่น หากคุณเป็นคนที่ชอบทำงานคนเดียว ควรทำธุรกิจเกี่ยวกับงานเขียน งานศิลปะ หรืองานขายของทางไปรษณีย์

7. เลือกเส้นทางธุรกิจ หมายถึง ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจ ตรวจสอบและค้นหาประเภทธุรกิจที่ดีที่สุด และเหมาะสมกับความสามารถ ความทะเยอทะยาน และโอกาสในการทำธุรกิจของตนเอง ซึ่งสามารถจัดประเภทธุรกิจอย่างกว้าง ๆ ที่เหมาะกับกิจการขนาดย่อมได้ 3 ประเภท คือ ผู้ค้าปลีก ผู้ให้บริการ และผู้ค้าส่งกับผู้ผลิตรายย่อย (อุมพร โพธิ์ไชยะ, 2554, น. 36-37)

บาร์ริงเจอร์ และไอร์แลนด์ (Barringer & Ireland, 2008, pp. 8-12) ได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อบุคลิกแห่งความสำเร็จไว้ 4 ด้าน ดังนี้

1. ความรักในธุรกิจที่ทำ (Passion for the Business) ผู้ประกอบการเชื่อว่าธุรกิจที่ทำจะสร้างสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ต่อชีวิตของคนและทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ความรักในสิ่งที่ทำจะกระตุ้นให้ตัวผู้ประกอบการเริ่มต้นสร้างธุรกิจที่ตนเองต้องการตามแนวคิดของตนเองและทำให้ผู้ประกอบการเกิดพฤติกรรมพิเศษตามมา เช่น การทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

2. การให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการ (Product/Customer Focus) สิ่งนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของคนที่ประสบความสำเร็จ ทำให้ผู้ประกอบการต้องผลิตสินค้าและบริการตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

3. การไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว (Tenacity Despite Failure) เมื่อผู้ประกอบการพยายามทำสิ่งใหม่ ๆ ย่อมต้องพบกับความล้มเหลวเหมือนกับการทดลองในห้องปฏิบัติการของนักวิทยาศาสตร์ที่กว่าจะประสบความสำเร็จต้องย้อนกลับไปเริ่มต้นใหม่และพบความล้มเหลวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และในระยะยามการยืนหยัดต่อสู้นี้จะทำให้ผู้ประกอบการได้ลูกค้าคุณภาพที่มีความผูกพันในสินค้าและบริการใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการต่อไป

4. เซอร์วิซการดำเนินงาน (Execution Intelligence) สิ่งนี้เป็นปัจจัยที่จะบอกว่าการทำธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ดังภาษิตจีนที่ว่า “การทำธุรกิจเป็นเรื่องง่ายมาก แต่การรักษาให้ธุรกิจอยู่รอดเป็นเรื่องที่ยากมากเช่นกัน” เซอร์วิซการดำเนินงานจึงหมายถึงความสามารถในการพัฒนารูปแบบธุรกิจ การรวบรวมคนที่มีความสามารถในทีม การสร้างรายได้ การจัดตั้งหุ้นส่วน การบริหารจัดการด้านการเงิน การเป็นผู้นำและการจูงใจพนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการให้เป็นการกระทำและผลงานที่สามารถวัดผลได้ด้วย

ไมเคิล เฟรเซอร์ (Michael Frese, 2000, pp.18-19) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่สำคัญ 6 ด้าน คือ

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถ ความตั้งใจที่จะหาหนทางสร้างโอกาสในการทำงานด้วยตนเอง โดยสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดการจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ ๆ ได้ความเป็นตัวของตัวเองนี้ยังช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดเพราะผู้ประกอบการเป็นนายตนเองจึงมีแรงกระตุ้นอย่างมากในการรักษาธุรกิจของตนเองเอาไว้ให้ได้ จากลักษณะนี้ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจลาออกจากงานประจำที่มั่นคงเพื่อเริ่มต้นทำธุรกิจของตนเองที่สามารถควบคุมได้ทุกอย่างและหลีกเลี่ยงข้อจำกัดรวมถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขององค์กร ทั้งนี้ความเป็นตัวของตัวเองอาจส่งผลเสียต่อธุรกิจหากมีผลต่อการประสานงานของผู้ประกอบการกับบุคคลอื่น

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การมีแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) หมายถึง มีความกล้าเสี่ยงโดยแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ การกล้าเสี่ยงกับสิ่งที่ตนไม่รู้ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากเข้าผูกพันในการเริ่มกิจการ และการกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมาก ลักษณะความเสี่ยงดังกล่าวเกี่ยวข้องกับทางเลือก ความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance)

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง ความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายามล้ำหน้าและทำการต่าง ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ มีความมั่นคงทางอารมณ์ และจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทางหรือเน้นหนทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประสบความสำเร็จ

จากความหมาย ความสำคัญ บุคลิกลักษณะผู้ประกอบการที่รวบรวมมาจากผู้ประกอบการและนักวิชาการหลายท่านดังกล่าวแล้วข้างต้น แนวคิดของเฟรเซอร์เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมลักษณะย่อยต่าง ๆ เหล่านี้ นอกจากนี้เฟรเซอร์ยังให้ความหมายผู้ประกอบการไว้ว่า เป็นผู้ก่อตั้งองค์กรหรือเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ อันตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลลงรายวิจัยนี้จึงศึกษาบุคลิกผู้ประกอบการตามแนวคิดของเฟรเซอร์ทั้ง 6 ด้าน ซึ่งสามารถวัดผลได้ และมีผู้นำไปใช้มากมาย ประกอบด้วย

ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)

2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการในประเทศมีอยู่ไม่หลากหลายธุรกิจนักดังนี้ การศึกษาลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (3-5 ดาว) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product: OTOP) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผ่านกระบวนการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) ระดับประเทศ ปี พ.ศ. 2549 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และความก้าวร้าวในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสำเร็จอยู่ในระดับสูง (กัญญวัชร ธนะจันทร์, 2552, น. 1) ในการศึกษาบุคลิกภาพผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (4-5 ดาว) ประเภทอาหาร โดยใช้ประชากรผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สินค้าอยู่ในระดับ 4-5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจดังกล่าวพบว่า ผู้ประกอบการมีบุคลิกภาพผู้ประกอบการด้านความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และความแกร่งในการแข่งขันในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีบุคลิกภาพและความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความเป็นตัวของตัวเอง ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา และความสำเร็จแตกต่างกันโดยบุคลิกภาพด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา และมีความสัมพันธ์กับกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (จริยา ตันติพงศ์อนันต์, 2549, น. 1) การศึกษาบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และใส่ใจในความสำเร็จ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง และมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับสูง โดยบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมเท่านั้นที่สามารถทำนายความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ (จันทิมา จตุพรเสถียรกุล, 2554, น. 1) และในการศึกษาบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ

ผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ความใส่ใจในความสำเร็จมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (พิชญา มัชฌิมศรีทธา, 2554, น. 1)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ

“ภูมิความรู้ความชำนาญ” (Human Capital) หรือที่เรียกกันว่า ทุมนมนุษย์ หมายถึง คลังความรู้ สมรรถนะ และคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง ในการทำงานที่จะให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี เพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ โดยที่คุณลักษณะที่สำคัญเหล่านี้ เป็นผลมาจากการได้รับองค์ความรู้ การสั่งสมประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ จนพัฒนากลายเป็นทุมนมนุษย์ที่สำคัญ (วรินทร์ บุญยั้ง, 2554, น. 20) ทุมนมนุษย์ ปรากฏขึ้นครั้งแรกในบทความชื่อ “Investment in Human Capital” โดยทีโอดอร์ ดับเบิลยู ชูลซ์ (Theodore W. Schultz) นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล ตีพิมพ์ในวารสารวิจารณ์ชื่อ American Economic Review (Schultz, 1961, p. 1) ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการทำงานรวมถึงทักษะในด้านต่าง ๆ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่มีใครสามารถลอกเลียนแบบได้ ในทางเศรษฐศาสตร์ทุมนมนุษย์ถือว่าเป็นทุนในการดำเนินธุรกิจอย่างหนึ่ง (ศิริระ โอภาสพงษ์, 2543, น.32) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้องค์การอยู่รอด (Van der Sluis et al., 2005, pp. 225-261) ภูมิความรู้ความชำนาญ หมายถึง ความรู้และความชำนาญทั้งหลายที่ผู้ประกอบการมี และสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ (อรณา ชัยสุขสังข์, 2554, น. 23)

2.2.1 ความสำคัญของภูมิความรู้ความชำนาญ

ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจดังเช่นไมเคิล เพอร์เซอร์ นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญไว้ว่า เป็นการสะสมความรู้ ความชำนาญของผู้ก่อตั้งธุรกิจเพื่อใช้ในการบริหารจัดการกิจการต่าง ๆ ของตนเอง (Frese, 2000, p. 25) ภูมิความรู้ความชำนาญถือเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสั่งสมความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์จากการทำงานในอดีต ผู้ประกอบการบางคนอาจจะมีพรสวรรค์ (Talent) มาแต่กำเนิด หรือบางคนมีประสบการณ์การเรียนรู้จากการที่เติบโตมาในครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจมาก่อน และมีอีกหลายคนที่ต้องเข้ารับการศึกษาระดับปริญญาจากระบบการศึกษาโดยตรง หรือศึกษาจากความสำเร็จของผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีประสบการณ์ (จินตนา บุญบงการ, 2542, น.57) ทุมนมนุษย์หรือภูมิความรู้ ความชำนาญถือเป็นสิ่งสำคัญ เป็นปัจจัยจำเป็นในการลงทุนเพื่อสนับสนุนความก้าวหน้า นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ บรูมและลองเนคเกอร์ พบว่าความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมนั้น สาเหตุหนึ่งมาจากผู้ประกอบการขาดการศึกษาที่เพียงพอ

และขาดประสบการณ์ในสายธุรกิจที่ดำเนินอยู่ (Boom. H. N. & Longenecker, 1971, p. 103-108) องค์การที่ต้องการมีกลยุทธ์ที่เหนือกว่าและเอาชนะคู่แข่งขั้นได้นั้น ต้องมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ทั้งทางทักษะ ความรู้ความสามารถ มีความรอบรู้และเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยมีการเรียนรู้ ตลอดเวลาจนเป็นพนักงานรอบรู้ จึงจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์การได้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2546, น. 105-106)

2.2.2 องค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญ

นอกจากความหมายของภูมิความรู้ความชำนาญที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ได้มีการกล่าวถึง องค์ประกอบที่สำคัญของภูมิความรู้ความชำนาญดังรายละเอียดต่อไปนี้

ดาเวนพอร์ต (Davenport, 1999, pp. 18-24) เป็นผู้บริหารของ Tower Perrin สำนักงาน San Francisco ได้แบ่งองค์ประกอบของภูมิความรู้ความชำนาญออกเป็น

1. ความสามารถ (Ability) หมายถึง ความชำนาญเฉพาะงานใดงานหนึ่งประกอบด้วย ส่วนประกอบย่อย 3 ส่วน ดังนี้

1.1 ความรู้ (Knowledge) เปี่ยมด้วยความรู้ในข้อเท็จจริงที่จำเป็นสำหรับ งานหนึ่ง ๆ ความรู้ในที่นี้หมายถึงความรู้ที่กว้างขวางกว่าทักษะ เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานหรือ ภารกิจที่บุคคลหนึ่งกระทำอยู่

1.2 ทักษะ (Skill) หมายถึง ความคล่องแคล่ว รู้จักขั้นตอนและวิธีการสำหรับ ปฏิบัติภารกิจใดภารกิจหนึ่งให้ลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

1.3 ความสามารถเฉพาะตัวหรือพรสวรรค์ (Talent) เป็นคุณสมบัติสำหรับ ทำงานใด งานหนึ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด หรือจะเรียกว่าเป็นความสามารถตามธรรมชาติ

2. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ลักษณะการแสดงออกที่มองเห็นได้และมี ผลต่อความสำเร็จของงาน พฤติกรรมรวมการแสดงออกที่มีมาแต่เดิม และที่ได้รับการฝึกฝน อบรมมาใหม่ พฤติกรรมที่คนคนหนึ่งจะแสดงต่อสถานการณ์ต่าง ๆ การแสดงออกนี้สะท้อนถึงจริยธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และปฏิภิริยาต่อสภาพแวดล้อม

3. ความพยายาม (Effort) คือการนำเอาทรัพยากรทางกาย และความคิดไปใช้ ด้วยความมีสติ เพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะ ความพยายามถือเป็นหัวใจในการทำงาน และเป็นตัวผลักดัน ให้เกิดทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการลงทุนในทุนมนุษย์

4. เวลา (Time) หมายถึง ปัจจัยด้านลำดับเวลาของการลงทุนในทุนมนุษย์อาจ เป็นเวลาหลาย ๆ ชั่วโมงต่อวัน หลายปีในงานอาชีพใดอาชีพหนึ่ง มนุษย์มีเวลาเป็นทรัพยากรพื้นฐาน ภายใต้การควบคุมเท่าเทียมกันทุกคน คนทำงานที่มีความสามารถเฉพาะตัว มีทักษะ มีความรอบรู้และ พุ่มพวมมากเพียงใด อาจไม่สามารถสร้างผลงานใด ๆ ได้ หากไม่มีการลงทุนด้านเวลาในงานนั้น ๆ

นักจิตวิทยาไมเคิล เฟรเซอร์ (Michael Frese, 2000, p. 25) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญไว้ว่าเป็นผลรวมของภูมิความรู้ความชำนาญ ซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยกล่าวถึงองค์ประกอบของการวัด 3 ตัวได้แก่

1. ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) หมายถึง จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาสะสมความรู้
2. ความชำนาญในงาน (Skill) หมายถึงความสามารถหรือประสบการณ์ในอาชีพ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา หรือระยะเวลาที่เคยทำงานมาก่อน
3. ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) หมายถึงความสามารถหรือประสบการณ์ในการบริหารจัดการ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมาหรือระยะเวลาที่ทำงานมาก่อน

ในด้านจิตวิทยา เฟรเซอร์ (Frese, 2000, p.25) ให้แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญว่าเป็นการสะสมของภูมิความรู้ความชำนาญ ซึ่งผู้ประกอบการต้องใช้ในการจัดการงานของตนเอง การสะสมความรู้จากการทำงาน การศึกษากลายเป็นความสามารถในการทำงาน ประสบการณ์ที่จากการทำงานที่สะสมตลอดการทำงานทำให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ งานวิจัยนี้เลือกศึกษาภูมิความรู้ความชำนาญตามแนวคิดของเฟรเซอร์โดยศึกษาจากระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) ความชำนาญในงาน (Skill) และประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)

2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิความรู้ความชำนาญ

มีผู้ทำการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาซึ่งพบความสัมพันธ์ทางบวกของภูมิความรู้ความชำนาญกับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) มอนโตรอโรซานเช่ มาส์-เวอร์ดู และโซเรียโน (Montoro-Sanchez, Mas-Verdu & Soriano, 2008, p.3031) ศึกษาผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลาง และขนาดเล็กในประเทศสเปน พบว่านักธุรกิจที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทจะประสบความสำเร็จมากกว่านักธุรกิจในระดับการศึกษาอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของเฟรเซอร์ คราสส์ และฟรีดิช (Frese, Krauss & Friedrich, 2000, pp. 103-130) ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในประเทศซิมบับเว พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับวิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยจะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาต่ำกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของเบตส์ (Bates, 1990, p.557) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มในการหาเงินจากตลาดกองทุนได้ง่ายกว่า และมีแนวโน้มที่จะอยู่ในธุรกิจนั้น ๆ ได้นานกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับความชำนาญในวิชาชีพ (Skill) ในการศึกษาภูมิความรู้ ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงใหม่พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการมีความชำนาญในวิชาชีพมากก็จะทำให้ประสบความสำเร็จมากขึ้นด้วย (อุมาพร โพธิ์ไชยะ, 2554, น. 189) สอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุมล คำขำ (2554, น. 135) ซึ่งทำการศึกษา ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในจังหวัด เชียงใหม่และเชียงใหม่พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในธุรกิจโรงแรมอิสระควรเป็นผู้ที่มีความชำนาญในวิชาชีพ อีกทั้งสุนทร อุจจศรี (2554, น.75) ศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีความชำนาญในงานเดิมสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับประสบการณ์การบริหาร (Experience in Management) วรรณดา ฉายาวัดนะ (2544, น. 77) ศึกษาวิจัยภูมิความรู้ความชำนาญ กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะ และพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการบริหารกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ การศึกษาปาร์คเกอร์ (Parker, 1996, p. 25) พบว่า ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในประเทศแซมเบีย และแพรท (Pratt, 1966) ทำการศึกษา วิจัยการแบ่งปันทักษะทางธุรกิจในประเทศเคนย่าพบว่า ทุนที่ใช้ประโยชน์ได้ ทักษะการเป็นเจ้าของธุรกิจ ประสบการณ์ก่อนที่จะทำธุรกิจเอง การสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จ ในธุรกิจ

ในขณะที่มีหลายกลุ่มงานวิจัยที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญ กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ เช่น สลักจิต พรหมพ้วย (2554, น.124) ทำการศึกษาภูมิความรู้ ความชำนาญไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญกับความสำเร็จในการประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมอิสระในเขตชะอำ และหัวหิน สอดคล้องกับอรณา ชัยสุขสังข์ (2554, น. 136) ศึกษาภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรม อิสระในเมืองพัทยาพบว่าภูมิความรู้ความชำนาญ 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ความชำนาญ ในวิชาชีพ และประสบการณ์ในการบริหารไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เช่นเดียวกับการศึกษาของพิชญา มัชฌิมศรีธธา (2554, น. 127) ศึกษาผู้ประกอบการโรงแรมอิสระใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจ และวรรณดา ฉายาวัดนะ (2544, น. 96) ทำการศึกษาวิจัยภูมิความรู้ความชำนาญ กับความสำเร็จ ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความชำนาญในวิชาชีพกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการคิด (Style of Thinking)

ความคิดของมนุษย์เป็นผลจากการรู้คิดที่เป็นกระบวนการทำงานของสมอง (Mental Process) ที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เป็นการจัดการข้อมูลที่สมองได้รับให้อยู่ในรูปแบบอันเหมาะสมตามที่ตนต้องการ ซึ่งอาจเป็นเพียงจินตนาการ (Image) ที่ไม่มีตัวตนจริงก็ได้ เช่นเมื่อได้ดูโฆษณารถยนต์ประหยัดน้ำมัน รุ่นใหม่ ที่รูปแบบสวย ทำให้คิดต่อไปว่าอย่างไรจึงจะมีโอกาสได้เป็นเจ้าของรถรุ่นนี้บ้าง ทั้ง ๆ ที่ทราบดีอยู่แล้วว่าไม่มีทางเป็นไปได้ การคิดเป็นการแปรข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสู่รูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ด้วยการนำเอาข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีคิดรวมกันด้วยเหตุผล ผสมผสานกับอารมณ์และความต้องการ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ในสิ่งที่ปรารถนาจะได้รับ แม้การคิดเป็นพฤติกรรม ที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล ที่เรามองไม่เห็นแต่เราก็สามารถทราบโดยการสังเกตจากกระบวนการตอบสนองภายนอกที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปของภาษาพูด หรือลักษณะท่าทาง สมองเป็นศูนย์กลางควบคุมการทำงานของร่างกาย จึงเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการคิดของมนุษย์ สมองแต่ละส่วนทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การจำ การรับรู้ การคิดหาเหตุผล และการคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น การคิดของบุคคลบางครั้งอาจเป็นเพียงการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างไม่มีจุดหมายของการคิด เมื่อไรก็ตามที่การคิดเป็นการคิดอย่างมีเหตุผล และนำไปสู่การคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความคิดลักษณะนั้นเป็นความคิดที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในชีวิตของบุคคลโดยเฉพาะการคิดที่มีส่วนทำให้บุคคลเกิดการพัฒนา (ลักขณา สิริวัฒน์, 2549, น. 1-4)

2.3.1 ความหมายของการคิด

นักจิตวิทยาและนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศหลายท่านได้ให้ความหมายของการคิดไว้ว่า การคิดว่าเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองโดยเริ่มต้นจากการรับรู้สิ่งต่าง ๆ ทางประสาทสัมผัสทั้งทางตา หู จมูก ลิ้น กาย รวมถึงการรับรู้ภายใน คือ ทางใจ อีกด้วย เมื่อรับรู้แล้วก็มี การเชื่อมโยงสิ่งที่รับรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิมที่สะสมอยู่ในสมองจนเกิดเป็นมโนภาพใหม่ขึ้นมา (วิภาพร มาพบสุข, 2540, น. 514)

สุวรี ศิวะแพทย์ (2549, น.189) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยาการศึกษา ได้สรุปความหมายของการคิดว่าเป็นการรวบรวมของกระบวนการภายใน อันได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การแก้ปัญหาโดยอาศัยพื้นฐานจากสิ่งเร้า สัญลักษณ์ ความคิดรวบยอด เป็นต้น แล้วนำเสนอผลผลิตตามเป้าหมาย

โซลโซ (Solso, 2005, p. 418) ได้นิยามการคิดว่าเป็นกระบวนการที่แสดงออกของสมองซึ่งถูกสร้างขึ้นมาโดยผ่านการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลอย่างสลับซับซ้อน เช่น กระบวนการตัดสินใจ ความเป็นนามธรรม การใช้เหตุผล การจินตนาการ และการแก้ไขปัญหา เป็นต้น

เปมิกา คล้ายทอง (2552, น. 15) การคิดเป็นกระบวนการของสมองหรือเป็นแบบแผนของพฤติกรรมทางสมองที่ซับซ้อน โดยมีการประมวลข้อมูลที่รับจากทางประสาทสัมผัสทางตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ แล้วเชื่อมโยงสิ่งที่ได้รับรู้เหล่านั้นและแปรรูปออกมาเป็นผลผลิต

อุบลวรรณ ภาวการณ์ท์ (2555, น. 326) การคิดเป็นกระบวนการที่แสดงออกทางจิตจะเกิดขึ้นผ่านการเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยการสัมพันธ์กันที่ซับซ้อนของการตัดสินใจภายใน การครุ่นคิด (บูรณาการคิด) การให้เหตุผล การใช้จินตนาการ การแก้ปัญหา และการมีความคิดสร้างสรรค์

2.3.2 ความสำคัญของการคิด

มนุษย์ต้องใช้ความคิดในการตัดสินใจและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ใช้ความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต (จำลอง เงินดี และคณะ, 2526, น. 258) การคิด มีขอบเขตรวมไปถึงกิจกรรมทางจิตหลากหลายที่แตกต่างกันไป เช่น การไตร่ตรอง การตัดสินใจ การแก้ปัญหา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการคิดมักอยู่ภายใต้การควบคุมของคนและมักจะแสดงออกทางสัญลักษณ์มากกว่าแสดงออกมาจริง ๆ (อุบลวรรณ, 2555, น. 261) ความแตกต่างทางความคิดของบุคคลมีผลต่อกระบวนการแก้ปัญหาเช่นเดียวกับการที่บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปในเรื่องราวหรือสถานการณ์ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกันได้ การจะเข้าใจในพฤติกรรมที่แตกต่างกันนั้นจำเป็นต้องเข้าใจถึงรูปแบบการคิดของแต่ละบุคคล

2.3.3 ปัจจัยพื้นฐานของการคิด

อุบลวรรณ ภาวการณ์ท์ (2555, น. 327) กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานของความคิดที่ยอมรับกันทั่วไป 3 ชนิด ได้แก่

1. การคิด เป็นการรู้คิดที่เกิดจากภายในจิตใจแต่มีส่วนเกี่ยวเนื่องไปถึงพฤติกรรมภายนอก เช่น การที่ผู้เล่นครุ่นคิดในระหว่างการเล่นหมากรุกหรือในระหว่างการตัดสินใจต่าง ๆ
2. กระบวนการทางความคิด เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงหรือบูรณาการองค์ความรู้ในระบบการรู้คิดฯ เช่น ในขณะที่ผู้เล่นกำลังครุ่นคิดกับการเล่น ความคิดในอดีตบวกข้อมูลความคิดในปัจจุบันจะเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงหรือบูรณาการองค์ความรู้ในสถานการณ์ต่อนั้น
3. การใช้ความคิดเป็นผลจากพฤติกรรมซึ่งใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ เช่น การเคลื่อนไหวของผู้เล่นที่ในใจของเขา กำลังมุ่งไปสู่การชนะของเกมหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.3.4 ความหมายและประเภทของรูปแบบการคิด

คำว่า "รูปแบบ (style)" ในทางจิตวิทยา หมายถึงลักษณะที่บุคคลมีอยู่หรือเป็นอยู่ หรือใช้ในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม อย่างค่อนข้างคงที่ ดังที่เรามักจะใช้ทับศัพท์ว่า "สไตล์" เช่น สไตล์การพูด สไตล์การทำงาน และสไตล์การแต่งตัว เป็นต้น ซึ่งหมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของเราที่เป็นอยู่ หรือที่เราทำอยู่เป็นประจำ หรือค่อนข้างประจำ รูปแบบการคิด (cognitive style) หมายถึง

หนทางหรือวิธีการที่บุคคลชอบใช้ในการรับรู้ เก็บรวบรวม ประมวลผล ทำความเข้าใจ จัดจำข่าวสารข้อมูลที่ได้รับและใช้ในการแก้ปัญหา โดยรูปแบบการคิดของแต่ละบุคคลมีลักษณะค่อนข้างคงที่ ดังนั้นรูปแบบการคิดจึงเป็นลักษณะการคิดที่บุคคลหนึ่ง ใช้หรือทำเป็นประจำ (เอมอร์ ฤกษ์รังสรรค์, ม.ป.ป.) รูปแบบการคิด (Style of Thinking) พัฒนามาจากความสนใจในความสัมพันธ์ของความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลเลือกใช้รูปแบบการคิดแตกต่างกันย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมาแตกต่างกันด้วย (ทิพวัลย์ สีจันทร์ และคณะ, 2546, น. 3)

บุคคลแต่ละคนจะมีวิธีการคิดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่แต่ละคนเข้าไปเกี่ยวข้องจึงทำให้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการคิดไว้หลากหลายแง่มุม ดังนี้

โรเบิร์ต เจไรดิง (Riding, 2002, pp. 23-27) ได้แบ่งรูปแบบการคิดพื้นฐานออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. การคิดแบบภาพรวมกับการคิดวิเคราะห์ (Wholist-Analytic) รูปแบบการคิดประเภทนี้จะเน้นที่การจัดการข้อมูลในภาพรวมหรือแบ่งเป็นส่วน ๆ

1.1 การคิดแบบภาพรวม (Wholist) จะมองสถานการณ์ต่าง ๆ แบบกว้างหรือภาพรวมทั้งหมดจึงทำให้เห็นสถานการณ์อย่างสมดุลการคิดประเภทนี้ไม่ได้คิดออกเป็นส่วน ๆ จึงเป็นไปได้ว่าจะทำให้คิดออกมาไม่ชัดเจน

1.2 การคิดวิเคราะห์ (Analytic) จะมองเหตุการณ์แบบแยกเป็นส่วน ๆ และจะมองเพียงหนึ่งหรือสองส่วนของเหตุการณ์นั้น ๆ ในเวลาเดียวกัน ทำให้สามารถวิเคราะห์ส่วนต่าง ๆ ของสถานการณ์ได้ดีอันจะทำให้รู้สาเหตุของปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสียของการคิดแบบนี้คือจะเน้นมองเพียงจุดเดียวเท่านั้น ทำให้มองข้ามในส่วนอื่น ๆ ไม่เห็นภาพรวมของสถานการณ์

2. การคิดเป็นคำพูดกับจินตนาการ (Verbal-Imagery) บุคคลประเภทนี้จะโน้มเอียงไปทางการแสดงข้อมูลระหว่างการคิดออกมาเป็นถ้อยคำหรือจินตนาการเป็นภาพ การคิดประเภทนี้จะมีสิ่งที่แสดงออกแทนความคิดหรือเป็นตัวแทนของความคิด ซึ่งจะมีอยู่ 2 อย่าง ได้แก่

2.1 ตัวแทนทางคำพูด (Verbal) บุคคลจะจำลองการกระทำ เหตุการณ์ และฉากต่าง ๆ จากการอ่านวรรณกรรมมาโดยคำต่าง ๆ

2.2 ตัวแทนความคิดด้วยภาพ (Imagery) บุคคลจะจำลองการกระทำ เหตุการณ์ และฉากต่าง ๆ จากการอ่านวรรณกรรมออกมาโดยภาพต่าง ๆ

หากแบ่งประเภทของบุคคลตามแนวคิดรูปแบบการคิดของไรดิง สามารถแบ่งบุคคลออกมาได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ที่แสดงความคิดออกมาทางภาษาพูด (Verbalisers) บุคคลกลุ่มนี้จะพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ จากการอ่าน การเห็น การฟัง

2. ผู้ที่แสดงความคิดออกมาโดยจินตนาการเป็นภาพต่าง ๆ (Imagers) เมื่อพวกเขาอ่าน ฟัง หรือพิจารณาข้อมูล พวกเขาจะใช้จินตนาการและกระตุ้นภาพต่าง ๆ ออกมาอย่างคล่องแคล่ว

3. ผู้ที่สามารถใช้วิธีแสดงความคิดทั้งการพูดและจินตนาการด้วยภาพ (Bimodals) อย่างไรก็ตาม บุคคลทุกประเภทที่กล่าวมาสามารถคิดได้ทั้งคำพูดและภาพต่าง ๆ ถ้าบุคคลเหล่านั้นอยู่ในภาวะสำนึกรู้ตัว (Conscious Choice) เช่น ผู้ที่มีมักจะแสดงความคิดทางคำพูด สามารถคิดออกมาเป็นรูปภาพได้แต่พวกเขาต้องพยายามเพราะว่าโดยปกติคนกลุ่มนี้จะคิดโดยใช้คำพูด

ตามทฤษฎีของเซย์มัวร์ เอปสไตน์ (Seymour Epstein, 1990) ศาสตราจารย์ทางจิตวิทยา กล่าวถึงกระบวนการคิดเชิงประมวลข้อมูลข่าวสารของมนุษย์โดยใช้ระบบ 2 ระบบควบคู่กันไป (Cognitive-Experiential Self-Theory หรือ CEST) ระบบการคิดนี้เป็นพื้นฐานการคิดที่มนุษย์ใช้ได้แก่

1. ระบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับของจิตสำนึก เป็นระบบการคิดที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เด็ก ให้ความสนใจกับข้อมูล รู้จักการวิเคราะห์ เป็นระบบการคิดที่ไม่ใช้อารมณ์และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง และจะแสดงออกด้วยคำพูด เป็นระบบที่เหมาะสมต่อการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำและซับซ้อน

2. ระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก (Preconscious) เป็นระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ การตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและหยาบ เป็นระบบที่จัดการต่อข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ ใช้สัญชาตญาณ จะแสดงออกทางลักษณะท่าทาง

แนวคิดรูปแบบการคิดตามทฤษฎีการคิดเชิงเหตุผลและแบบใช้ประสบการณ์ (Cognitive-Experiential Self-Theory หรือ CEST) เอปสไตน์ (Epstein, 1990, pp. 166-167) ได้สร้างโดยพัฒนาจากความเชื่อพื้นฐานแห่งความเป็นจริงของทฤษฎีทางบุคลิกภาพ อันประกอบไปด้วยหน้าที่พื้นฐาน 4 อย่าง ได้แก่

1. รับข้อมูลตามความเป็นจริง โดยบุคคลสามารถบรรลุหน้าที่นี้ได้ด้วยการมองสิ่งต่าง ๆ ด้วยความอ่อนโยน ความกรุณา

2. รักษาความสมดุลระหว่างความยินดีและความเจ็บปวด บุคคลต้องให้ความสำคัญต่อการคาดการณ์ ล่วงหน้า การควบคุม และการตัดสินใจ

3. รักษาความสัมพันธ์กับผู้อื่น บุคคลต้องตระหนักถึงคุณค่าความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

4. รักษาระดับความภาคภูมิใจในตนเอง บุคคลต้องมองตัวเองว่ามีคุณค่า มีความสามารถ มีความดี และมีความรัก

แนวคิดรูปแบบการคิดตามทฤษฎีการคิดเชิงเหตุผลและประสบการณ์ หรือ CEST นี้ (Epstein, 1996, pp. 390-392) ยังเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการคิดเชิงการประมวล ข้อมูลข่าวสาร ประกอบ

ไปด้วย 2 ระบบ ควบคู่กัน โดยเป็นรูปแบบการคิดของแต่ละบุคคลที่ชอบใช้ หรือมีแนวโน้มที่จะใช้ในการรับรู้ได้แก่

1. ระบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับของจิตสำนึก เป็นระบบการคิดที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เด็ก ให้ความสนใจกับข้อมูล รู้จักการวิเคราะห์ เป็นระบบการคิดที่ไม่ใช้อารมณ์และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง และจะแสดงออกด้วยคำพูด เป็นระบบที่เหมาะสมต่อการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำและซับซ้อน

2. ระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System) เป็นระบบความคิดที่เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก (Preconscious) เป็นระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ การตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและหยาบ เป็นระบบที่จัดการต่อข้อมูลต่าง ๆ เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ ใช้สัญชาตญาณ จะแสดงออกทางลักษณะท่าทาง

2.3.5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลและใช้ประสบการณ์

รูปแบบการคิดทั้งเชิงเหตุผลและใช้ประสบการณ์ต่างก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ทั้งสองระบบต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยเอปสไตน์ (Epstein, 1999, pp. 474-475) เชื่อว่าระบบทั้งสองสามารถเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกัน หรือสามารถเกิดขึ้นได้พร้อมกัน อย่างไรก็ตามทั้งสองระบบจะเกิดขึ้นในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล

1. ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกัน ระบบแบบใช้ประสบการณ์จะมีอิทธิพลต่อระบบเชิงเหตุผล กล่าวคือ ระบบแบบใช้ประสบการณ์จะเป็นจุดเริ่มต้นในการกระตุ้นให้เกิดระบบเชิงเหตุผล ระบบเชิงเหตุผลเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดโดยความคิดนั้นจะเชื่อมโยงมาจากระบบแบบใช้ประสบการณ์

2. ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกันทั้งสองระบบสามารถเกิดขึ้นพร้อมกันได้ เช่น เมื่อบุคคลต้องการเล่นเกมสกีโดยเห็นว่ามีโอกาสที่จะชนะสูงซึ่งสามารถพิจารณาก่อนการเล่นได้จากการคาดคะเนความน่าจะเป็น แสดงให้เห็นว่าคุณคนจะใช้ระบบแบบใช้ประสบการณ์โดยจะเชื่อในสัญชาตญาณหรือประสบการณ์ที่ได้ประสบมาจากการเล่นเกมสกีในครั้งก่อน ๆ และจะใช้ระบบเชิงเหตุผลในการพิจารณาถึงความน่าจะเป็นในการที่จะชนะ

อย่างไรก็ตามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ต้องการวัดแนวโน้มของรูปแบบการคิดของคุณเพียงรูปแบบเดียว โดยเปรียบเทียบค่าคะแนนมาตรฐานของทั้งสองรูปแบบการคิดแล้วดูว่าคะแนนมาตรฐานของรูปแบบการคิดที่มากกว่าแสดงว่าคุณคนมีแนวโน้มในการใช้รูปแบบชนิดนั้นจากแนวคิดและกระบวนการศึกษาของเอปสไตน์ ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นรูปแบบการคิดที่เป็นพื้นฐานการคิดของมนุษย์ ครอบคลุมทั้งการใช้ประสบการณ์และเหตุผลที่คนแต่ละคนมีซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน แนวคิดของเอปสไตน์เป็นที่ยอมรับ มีผู้นำไปใช้และกล่าวอ้างถึง อีกทั้งยังสามารถวัดแนวโน้มของรูปแบบการคิดของคุณเพียงรูปแบบเดียวโดยเปรียบเทียบค่าคะแนนมาตรฐานของทั้งสองรูปแบบการคิดแล้วดูว่าคะแนนมาตรฐานของรูปแบบการคิดที่มากกว่าแสดงว่าคุณคนมีแนวโน้มในการใช้รูปแบบชนิดนั้น จึงเป็น

ที่น่าสนใจศึกษารูปแบบการคิดตามแนวคิดของเฮปส์ไตน์ ด้วยการศึกษาระบบการคิด 2 ระบบ คือ ระบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System) และระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ (SERVQUAL)

2.4.1 ความหมายของการให้บริการ

พจนานุกรมภาษาอังกฤษ The Oxford English Reference Dictionary ได้ให้ความหมายว่าการบริการ หรือ Service คือ การกระทำเพื่อช่วยเหลือหรืองานที่ทำเพื่อเกิดประโยชน์ต่อบุคคลอื่นหรือสังคม (Oxford University Press, 1995, p. 1324) และพิชยาพัชร ภัคจิราภักย์ (2549, น. 8) กล่าวถึงการบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติการที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

2.4.2 ความสำคัญของงานบริการต่อธุรกิจ

ปัญหาที่สำคัญของธุรกิจบริการคือ ความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ (สิริอร วิชชาวุธ, 2544, น. 246) จากภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นมากในปัจจุบัน องค์กรต่างหันไปให้ความสำคัญกับลูกค้า ถึงแม้จะเป็นเรื่องที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และเป็นการเพิ่มภาระให้องค์กรแต่เป็นสิ่งจำเป็นหากองค์กรต้องการประสบความสำเร็จ ก็ต้องบริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (วรานิตย์ อนุสนธิ์, 2548, น. 1) การให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่จะตัดสินความอยู่รอดขององค์กร โดยธุรกิจที่อยู่รอดนั้นจะต้องมีผลิตภัณฑ์ที่ดีควบคู่กับการให้บริการที่เป็นเลิศ (Davidow, 1988, p. 17)

การบริการระดับมืออาชีพ (Professional Service) โดยเฉพาะการบริการในโรงแรม พนักงานบริการต้องใช้เวลาฝึกฝนเรียนรู้งานนานนับปีกว่าจะได้มาตรฐานการบริการตามที่โรงแรมกำหนด ความเข้าใจถึงการบริการจึงมีบทบาทสูงมากที่จะช่วยให้พนักงานบริการปฏิบัติงานด้วยความใส่ใจ ถูกต้องตรงตามนโยบายของโรงแรมหรืออุตสาหกรรมบริการ เพื่อให้เกิดความมีมาตรฐานควรเข้าใจความหมายของคำว่า การบริการ (S-e-r-v-i-c-e) (เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์, 2547, น. 9-11) ดังนี้

S = Smile สิ่งแรกคือการยิ้ม ต้องยิ้มเป็น และยิ้มอย่างเป็นมิตร อันแสดงถึงยิ้มสยามที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ

E = Eye Contact เมื่อยิ้มให้ลูกค้าแล้ว ต้องสบตาหรือการมองหน้าแล้วกล่าวคำทักทาย

R = Remember เมื่อยิ้ม สบตา กล่าวคำทักทายพร้อมเรียกชื่อลูกค้าด้วยถือเป็นสิ่งที่ดีมาก ดังนั้นความสามารถจดจำชื่อลูกค้าได้ถือเป็นสุดยอดแห่งงานบริการ

V = Viewing การมองดูไปรอบ ๆ และเอาใจใส่ลูกค้าคือสิ่งจำเป็นอีกข้อหนึ่ง

I = Information การให้ข้อมูลลูกค้า และการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ถือเป็นข้อได้เปรียบคู่แข่งไม่น้อย การที่พนักงานมีข้อมูลของบริษัทมากยิ่งขึ้นทำให้ไขข้อข้องใจของลูกค้าได้มากขึ้นเท่านั้น

C = Courtesy ความสุภาพอ่อนน้อม ให้เกียรติลูกค้า ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในงานบริการ อย่าปล่อยให้ตัวเสมอลูกค้า แม้ลูกค้าจะให้ความสนิทสนมเป็นกันเองมากแค่ไหนก็ตาม

E = Empathy รู้จักกาลเทศะ และเข้าอกเข้าใจลูกค้าว่าขณะนี้ลูกค้ากำลังต้องการอะไร

เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ทำงานด้านการบริการ (Service) ต้องทำความเข้าใจและใส่ใจ ถ้าสามารถปฏิบัติได้ตามที่กล่าวมานี้ก็จะช่วยยกระดับการบริการของตนเองและของบริษัทได้เป็นอย่างมาก

2.4.3 ลักษณะเฉพาะของงานบริการ

งานบริการมีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกับธุรกิจอื่น ๆ กล่าวคือกระบวนการผลิต กระบวนการส่งมอบ และการบริโภคจะเกิดขึ้นพร้อมกัน ผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีบทบาทอย่างมากในทุกขั้นตอน ลักษณะของบริการไม่มีความสม่ำเสมอและแปรเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า การบริการไม่มีตัวตน และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (ชานินทร์ สุวงศ์วาร, 2541, น. 49)

2.4.4 ความหมายและรูปแบบคุณภาพงานบริการ

ฟิลิป ครอสบี้ (Philip B. Crosby, 1979, pp. 9-10) ให้ความหมายของคำว่า คุณภาพไว้ว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการรับรู้ของลูกค้า คุณภาพไม่ใช่ตัวแปรแต่เป็นคำตอบของงานบริการ คุณภาพในการให้บริการมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต การแข่งขันในอนาคตจะเป็นการแข่งขันกันในด้านคุณภาพการบริการ วิทยา ด้านธำรงกุล (2536, น. 4-5) กล่าวว่าคุณภาพในการให้บริการจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจ ที่จะทำให้เกิดความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) การสร้างความภักดีในผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty) ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากกว่าการจัดการส่งเสริมการขาย (Promotion) และการให้ส่วนลดและของแถม

อีเวิร์ต กัมเมสสัน (Evert Gummesson) กล่าวถึงรูปแบบของคุณภาพการให้บริการ 2 แนวทาง (Gummesson, 1993) คือ

1. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้กับความต้องการตลาด เน้นความสำคัญภายนอกองค์กร ซึ่งได้แก่ตัวลูกค้านั่นเอง
2. การควบคุมคุณภาพภายในองค์กร ซึ่งมุ่งเน้นการควบคุมขั้นตอนต่าง ๆ ใน การให้บริการอย่างมีคุณภาพ

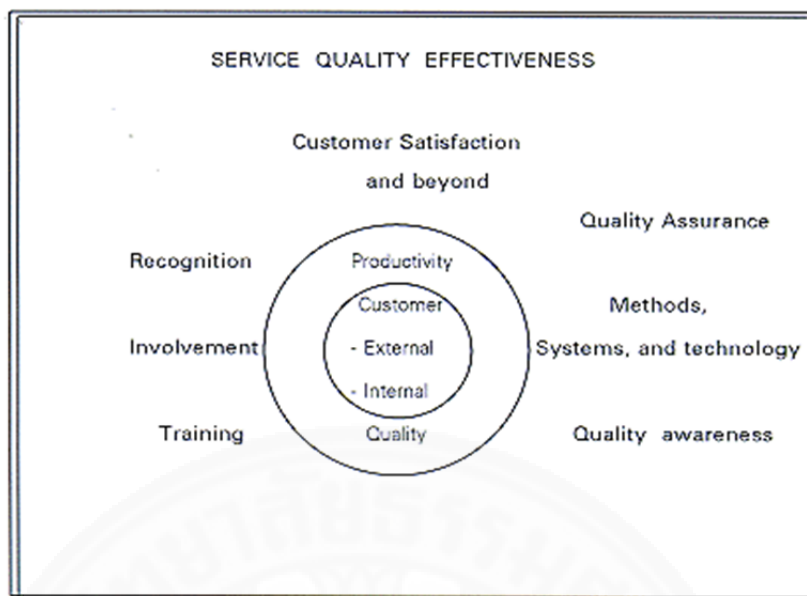
กัมเมสสัน อธิบายว่าจุดศูนย์กลางของรูปแบบคุณภาพการบริการอยู่ที่การที่ลูกค้ารับรู้คุณภาพการให้บริการ ซึ่งวัดได้ด้วยความคาดหวัง และประสบการณ์ของลูกค้า ทั้งนี้ภาพพจน์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญต่อการรับรู้ของลูกค้าเช่นกัน

เบอร์รีและคณะ (Berry et al., 1994) ได้วางรูปแบบของคุณภาพการให้บริการ โดยใช้ข้อสรุปจากการศึกษา 4 ข้อ คือ

1. การประเมินของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ เป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังในการให้บริการกับบริการที่ได้รับ ถ้าบริการที่ได้รับอยู่เหนือความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความประทับใจ ถ้าต่ำกว่าลูกค้าจะไม่พอใจ
2. เมื่อลูกค้าประเมินคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าจะได้รับอิทธิพลจากกระบวนการให้บริการและผลของการบริการในภาพรวม
3. คุณภาพการให้บริการนั้นอาจเกิดขึ้นจาก 2 สภาพการณ์ คือ สภาพการณ์ปกติ และสภาพการณ์วิกฤต
4. เมื่อเกิดปัญหาขึ้น องค์กรบริการจะต้องติดต่อกับลูกค้าเพื่อหาทางแก้ไข โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อปัญหานั้นเป็นปัญหาที่รุนแรงและวิกฤต

จนการ เกียรติบรรลือ (ม.ป.ป.) กล่าวถึง Service Quality Effectiveness Model ว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการ ไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการ โดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางและทิศทางของความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการ คือ

1. การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ (Customer Satisfaction and Beyond)
2. การประกันคุณภาพ (Quality Assurance)
3. วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี (Methods, System and Technology)
4. การตระหนักถึงคุณภาพ (Quality Awareness)
5. การฝึกอบรม (Training)
6. การมีส่วนร่วม (Involvement)
7. การเป็นที่รู้จัก การยอมรับนับถือ (Recognition)



ภาพที่ 2.1 Service Quality Effectiveness Model. จาก *คุณภาพการบริการ*, โดย ธนากร เกียรติบรรลือ, ม.ป.ป., สืบค้นจาก <http://library.kmutnb.ac.th/journal/v004n001/Thai4.html>.

จากรูป Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าที่จุดศูนย์กลาง หมายถึง ลูกค้า ในองค์กรทั้งหมดซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้าภายในและภายนอกสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงที่สุดนั้นจะต้องเกิดจากลูกค้าภายใน หรือพนักงานทุกคน ในองค์กรนั้น ที่จะตระหนักในเรื่องของคุณภาพการบริการและหน้าที่ที่แต่ละคนรับผิดชอบ

พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1990) ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่าหมายถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงานตามมาตรฐานและเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นไปตามความคาดหวังได้มากหรือน้อยเพียงใด สิ่งที่พาราซูรามาน และคณะ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการเพื่อมุ่งหาคำตอบ 3 ข้อคำถามคือ คุณภาพการให้บริการคืออะไร อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพบริการ และองค์กรสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และจัดการให้เกิดคุณภาพบริการได้อย่างไร พาราซูรามาน และคณะ ร่วมทำการวิจัยด้วยการวิจัยสำรวจ (Exploratory Research) เกี่ยวกับคุณภาพบริการ เขาใช้เวลาศึกษาวิจัยนาน 7 ปี (1983-1990) โดยแบ่งการวิจัยเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง นำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพการบริการ ต่อมาเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพบริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาทำการปรับปรุงด้วยวิธีการวิจัย ได้เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) และปรับปรุงเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ระยะที่สาม

ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนระยะที่ 2 แต่ขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์กรต่าง ๆ มากขึ้น แล้วนำงานวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษาร่วมกันโดยการทำสัมมนากลุ่มผู้รับบริการและกลุ่มผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหาร และท้ายสุดได้ทำการสำรวจในทุก ๆ กลุ่ม ระยะสุดท้ายเป็นการมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการโดยเฉพาะ

พาราซูรามาน และคณะ ได้มองกระบวนการสร้างคุณภาพการบริการทั้งระบบ สามารถวัดได้ 5 ด้าน คือ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกลำเลียงออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยา มารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

จากแนวคิดและกระบวนการศึกษาของพาราซูรามาน และคณะ ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าพาราซูรามาน และคณะ ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการอย่างแท้จริง ครอบคลุมทั้งผู้รับและผู้ให้บริการ แนวคิดของพาราซูรามานและคณะเป็นที่ยอมรับ มีผู้นำไปใช้และกล่าวอ้างถึง และที่สำคัญนำไปใช้ได้จริงกับทุกธุรกิจ งานวิจัยนี้ผู้ศึกษาเลือกศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยใช้แนวคิดของพาราซูรามานและคณะ 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบูติกโฮเต็ล

2.5.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประตูสู่เอเชีย เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจการค้า การแพทย์ และการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยได้รับการยกย่องและยอมรับจากทั่วโลกเห็นได้จาก รางวัลที่ได้รับจากองค์กรระดับนานาชาติในช่วง 1-2 ปีนี้ เช่น รางวัล “Outstanding Achievement Award: Destination of the Year” จากเวที TTG Travel Awards 2012 รางวัล World Best Wedding Destination Awarded 2011 ตัดสินโดยผู้อ่านนิตยสาร Travel & Leisure การได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดการประกวดนางงามท่องเที่ยวโลกปี 2555 หรือ Miss Tourism World 2012 เป็นต้น เมื่อเดือนกันยายน 2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ออกแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยผ่านภาพยนตร์สั้นให้ผู้ชมได้มีมุมมองของความเป็นไทยทาง ชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปะและวัฒนธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) การเลือกนำเสนอมุมมองด้านชีวิต ความเป็นอยู่แบบไทย ศิลปวัฒนธรรมตรงกับความนิยมในสังคมปัจจุบันที่ผู้คนหันมาให้ความสนใจกับธรรมชาติมากขึ้น ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ทั้งแบบที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวภายในประเทศและแบบที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวเมืองไทย

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเงินตราเข้าประเทศโดยไม่ต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบจากต่างประเทศ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การพัฒนา การกระจายรายได้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ จึงนับเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐาน ทางเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการจ้างงาน โดยในหมวดของโรงแรมและภัตตาคาร เมื่อปี 2553 มีการจ้างงาน 2.65 ล้านคน หมวดการขนส่ง คมนาคม และคลังสินค้า มีการจ้างงาน 1.11 ล้านคน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2503 ซึ่งเป็นปีแรกที่มีการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อสท.) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ดังแสดงในตาราง 2.2

ตาราง 2.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.1

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ปีพ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	จำนวนรายได้ (ล้านบาท)
2503	81,340	196
2553	15,936,400	592,794.09
2554	19,230,470	776,217.20
2555	22,353,903	983,928.36
2556	26,546,725	1,207,145.82

หมายเหตุ. จาก *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว*, โดย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, สืบค้นจาก http://secretary.mots.go.th/strategy/ewt_dl_link.php?nid=1910&filename=index

2.5.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนได้นั้นจำเป็นต้องมีการพัฒนาทุกองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กันไป ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

1. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งที่มีชีวิตในยุคต่าง ๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการอันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่าง ๆ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ ส่วนทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น และร่องรอยของประวัติศาสตร์ ได้แก่หลักฐานทางโบราณคดี ชุมชนโบราณ ศาสนาสถาน โบราณวัตถุ งานประเพณี สินค้าหัตถกรรม สวนสนุก เหล่านี้อาจอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานรัฐ หรือเอกชนก็ได้

2. ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น ประกอบด้วยธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจนันทนาการ

3. องค์ประกอบสนับสนุน ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองตามท่าอากาศยาน โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา สื่อสาร สาธารณสุข ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น สถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติสำหรับคนไทยและชาวต่างชาติ องค์การของรัฐเช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การภาคเอกชน ทั้งที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร (กองวิชาการท่องเที่ยว, 2555, น. 1-4)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตที่กว้าง หลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มความสำคัญเพราะเป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นรายได้หลักอันดับต้น ๆ ของประเทศ เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวสถานที่พักซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งจำเป็นที่ควบคู่ไปด้วยกัน ในประเทศไทยจัดได้ว่ามีที่พักหลากหลายระดับหลายราคาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกความต้องการ ซึ่งแต่ละแห่งต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยสไตล์การออกแบบและรูปแบบการให้บริการระดับมาตรฐานตั้งแต่หนึ่งดาวไปจนถึงห้าดาว

2.5.3 ประเภทของที่พักสำหรับการท่องเที่ยว

สถานที่พักนับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว และในประเทศไทยก็จัดได้ว่ามีที่พักหลากหลายระดับหลายราคาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกความต้องการ ซึ่งแต่ละแห่งต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยสไตล์การออกแบบและรูปแบบการให้บริการระดับมาตรฐานตั้งแต่หนึ่งดาวไปจนถึงห้าดาว สำหรับสถานที่พักแบ่งออกได้ 12 แบบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย-ที่พัก, 2555, น. 1) คือ

1. โรงแรม เป็นที่พักซึ่งมีอยู่ทั่วไปในทุกจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีตั้งขนาดเล็กไปจนถึงระดับห้าดาว มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และบริการต่าง ๆ ตามแต่ระดับราคาของโรงแรม
2. เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นที่พักอีกประเภทซึ่งมีความสะดวกสบายไม่แตกต่างจากโรงแรม แต่มีสิ่งพิเศษกว่าโรงแรม เช่น มีห้องครัว บางแห่งมีเครื่องซักผ้าและอบผ้า จัดว่าเป็นที่พักที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ใช้เวลาในการเข้าพักหลายวัน
3. รีสอร์ทแอนด์สปา เป็นที่พักที่มีความสูงของตัวอาคารไม่ถึง 10 ชั้น และมีบริการสปาเป็นส่วนหนึ่งของรีสอร์ท สำหรับสถานที่นั้น ส่วนใหญ่แล้วจะตกแต่งบริเวณให้มีความร่มรื่น เยียบสงบ ในบรรยากาศผ่อนคลายอย่างแท้จริง
4. บูติก รีสอร์ท เป็นที่พักซึ่งได้รับการตกแต่งให้มีเอกลักษณ์ มีคอนเซ็ปต์การตกแต่งที่ชัดเจนมาก บูติกรีสอร์ทมักมีจำนวนห้องพักไม่มากนัก เพราะเน้นความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับรองๆ ลงมาจากการตกแต่ง

5. เกสต์เฮาส์ เป็นที่พักราคาประหยัด เกสต์เฮาส์นั้นมักเป็นบ้านแบ่งห้องให้เช่า ส่วน B & B นั้นคล้ายกับเกสต์เฮาส์ตรงที่เป็นบ้านแบ่งห้องให้พัก แต่เจ้าของบ้านจะลงมือทำอาหารเช้าให้ผู้มาพัก และมักจะร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน
6. โฮมสเตย์ เป็นที่พักที่ได้รับความนิยมไม่น้อย นักท่องเที่ยวจะได้พักในบ้านของชาวบ้านจริงๆ โดยได้เรียนรู้วิถีชีวิตภายในชุมชนอย่างใกล้ชิด มีกิจกรรมให้ทำอีกหลายอย่าง เช่น ตกปลา ออกเรือประมง เป็นต้น
7. บ้านพักเยาวชน เป็นที่พักที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย มีทั้งแบบห้องนอนรวมและห้องพักรู้อยู่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก เพราะมีไว้สำหรับนอนเท่านั้น
8. แพริมมัวร์ เป็นที่นิยมในหมู่คนรักธรรมชาติไม่แพ้เต็นท์และแค้มป์ปิ้ง มีทั้งแบบธรรมดา ไม่มีพัดลม กางมุ้งนอน และแบบหรูหรา และมีทั้งแพแบบผูกติดไว้กับที่ และแพที่ใช้เรือลากออกไปผูกในจุดที่นักท่องเที่ยวต้องการ
9. พื้นที่กางเต็นท์และแค้มป์ปิ้ง เหมาะสำหรับผู้รักธรรมชาติและไม่ติดสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่แล้วอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ ที่เมื่อลุกจากเต็นท์ก็ชมความมหัศจรรย์ของธรรมชาติได้ทันที
10. กระโจมและบังกาโล เป็นบ้านพักเป็นหลังๆ มีอยู่ทั่วประเทศ ในจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ
11. วิลล่า เหมาะสำหรับผู้ที่นิยมไลฟ์สไตล์หรูหรา มีอยู่ทั่วไปในจังหวัดท่องเที่ยวใหญ่ๆ เช่น ภูเก็ต เกาะสมุย เชียงใหม่ เป็นต้น
12. คอนโด อพาร์ทเมนท์และแมนชั่น ให้เช่า แบบชั่วคราว รายเดือน และรายปี ในประเทศไทย สำหรับผู้ที่ต้องการที่พักระยะยาว

2.5.4 บุติกโฮเต็ล

บุติก โฮเต็ล เป็นที่พักขนาดกลางและเล็ก มีการตกแต่งอันเป็นเอกลักษณ์ มีจุดเด่นเป็นของตัวเอง ไม่จำเจเหมือนโรงแรมธรรมดา ดึงดูดลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่หรือลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่พักประเภทนี้ ด้วยความโดดเด่นในแง่ความเป็นตัวของตัวเองที่ถ่ายทอดผ่านโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและแนวคิดในการให้บริการ ไม่จำกัดว่าโครงการจะตั้งอยู่บนทำเลแบบไหน ภูเขา ทะเล หรือในเมือง (Travel – Manager, 2555, น. 1) เชื่อกันว่า โรงแรมบุติกเกิดครั้งแรกในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษราว 20 กว่าปีมาแล้ว ซึ่งในช่วงเวลานั้น เป็นเวลาที่โรงแรมเชน (chain hotel) ซึ่งเน้นความหรูหรา และมีขนาดใหญ่ เป็นแบบ Conventional หรือ Business Hotel เปิดตลาดเข้าสู่ลอนดอน และยุโรปอย่างหนัก และเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ถือได้ว่าเป็นการแย่งชิงพื้นที่กันเองระหว่างโรงแรมเชนซึ่งส่วนใหญ่ มาจากอเมริกา โดยแข่งขันกันที่จำนวนห้อง ความหรูหรา และบริการด้วยมาตรฐาน

ความสะดวกสบาย ครบวงจร ซึ่งบางครั้งก็เกินความต้องการ สำหรับประเทศไทย บอกต่อกันมาว่าบูติกโฮเต็ลมีมาแล้วร่วม 10 ปี แต่โรงแรมที่อ้างตัวเองเป็น “บูติก” หลายแห่งมักมุ่งเน้นแค่การดีไซน์ และไม่ใส่ใจกับคอนเซ็ปต์ เน้นเรื่องบริการในสไตล์โรงแรมบูติก เจ้าของโรงแรมบางแห่งยังเข้าใจผิดว่า ดีไซน์ของโรงแรมบูติกคือ สไตล์บาห์ลี หรือสไตล์ Minimalist เท่านั้น และบางแห่งก็ลอกเลียนแบบดีไซน์มาจากโรงแรมอื่น จึงขาด บุคลิกความเป็นตัวเอง ซึ่งเป็นคอนเซ็ปต์สำคัญของ “โรงแรมบูติก” ยุคแรกที่โรงแรมบูติกเป็นทางออก ของผู้ประกอบการที่มีเงินทุนจำกัด โรงแรมจึงมีขนาดเล็ก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มาก ขณะที่ไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางยุคใหม่เริ่มเปลี่ยนแปลง ความคาดหวังจากการเดินทางไม่ใช่แค่ความสะดวกสบาย และการได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็น “ประสบการณ์” การเดินทางที่แตกต่าง ดังนั้น โรงแรมของ คนกลุ่มนี้จึงไม่ใช่เพียงสถานที่หลบนอน แต่จะเป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์เดินทาง สำหรับโรงแรมเซ็กส์ ที่เน้นความมีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่งทั่วโลก จึงไม่ใช่คำตอบของนักเดินทางกลุ่มนี้ซึ่งนับวันจะยิ่งเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนผู้บริโภคที่นิยมความเป็นปัจเจก โรงแรมขนาดเล็กที่ใช้เงินทุนไม่มาก แต่ชดเชย ด้วยการลงทุนทางด้านความคิดสร้างสรรค์ในการดีไซน์ และการใส่ใจในเรื่องบริการทดแทน จึงเป็นทางออก ที่ลงตัวสำหรับเจ้าของเงินทุนรายเล็ก ในการแข่งขันกับโรงแรมเซ็กส์ที่มีอำนาจทุนและการตลาดมากกว่า และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ดีกว่า บูติกโฮเต็ลจึงกลายเป็น “โรงแรมทางเลือก” สำหรับนักเดินทางยุคใหม่ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่าง (สุภัทธา สุขชู, 2547)

ถึงแม้ว่าบูติกโฮเต็ลได้ก่อกระแสและส่งผลต่อวงการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาหลายปีแล้ว แต่กระนั้นกระแสความนิยมของที่พักประเภทนี้ก็ยังคงมากอยู่และมีแนวโน้มที่จะมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่อย่างไรก็ตามเทรนด์ของบูติก โฮเต็ลก็ได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยเทรนด์ของบูติก โฮเต็ลในปัจจุบันจะมุ่งเน้นไปที่การมีบริการพิเศษเน้นความเป็นส่วนตัวมีทั้งที่เรียบง่าย พิถีพิถัน หูหิ้ว หวีอหว่า แปลกใหม่ และมีจุดขายที่ชัดเจน ในขณะที่บางแห่งเริ่มเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักธุรกิจมากขึ้นเพื่อตอบรับไลฟ์สไตล์การเดินทางของนักธุรกิจด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์และบริการแบบเฉพาะเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย (customized service) ถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของโรงแรมบูติก นอกจากนี้บูติกโฮเต็ล หลายแห่งยังเน้นการเชื่อมโยงกับวิถีวัฒนธรรมชุมชนในท้องถิ่น และการใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (Travel – Manager, 2555, p. 1)

สำหรับมิติด้านการตลาดของธุรกิจบูติกโฮเต็ลคือความพยายามสื่อเรื่องราวความเป็นมา และเอกลักษณ์ของโรงแรมให้เป็นที่รับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางที่มีประสิทธิภาพและราคาถูกที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการบูติกโฮเต็ลเลือกใช้ในการส่งผ่านผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้และตัดสินใจ คือ ช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านเว็บไซต์เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ช่องทางการขายที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง คือบุคลากรผู้ให้บริการ ด้วยหรือความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์

กับผู้รับบริการของบุคลากรมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากสำหรับทำการตลาดบูติกโฮเต็ล เนื่องจากผู้รับบริการเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะส่งผ่านข้อมูลและกระตุ้นให้เกิดการขายโดยการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากคำแนะนำของผู้รับบริการที่เคยมาใช้บริการต่อ ๆ กันมา หรือที่เรียกว่า World of Mouth (จารุรัศมิ์ ธนุสิงห์ และวาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ, 2553, น. 176)

2.5.5 องค์ประกอบสำคัญของบูติกโฮเต็ล

องค์ประกอบสำคัญของการเป็นที่พักแบบบูติกโฮเต็ลอย่างแท้จริงซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างจากบริการแบบเดิม ๆ ของโรงแรมขนาดใหญ่ทั่วไป (ศุภชัยวิจักสิการไทย, 2555, น. 1) คือ

1. ที่พักขนาดเล็ก มีจำนวนห้องไม่มากนัก ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ มีการตกแต่งและออกแบบอย่างมีสไตล์ที่ทันสมัยหรือร่วมสมัย โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่าง มีความเป็นหนึ่งเดียวอย่างแท้จริง สามารถตอบสนอง Lifestyle ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ หรือลูกค้าเฉพาะกลุ่มส่วนใหญ่มักตัดแปลงมาจากอาคารเก่า และรักษาบรรยากาศในอดีตไว้เป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวและมีส่วนอำนวยความสะดวกที่ครบครัน โดยอาศัยศิลปะการตกแต่งให้กลมกลืนไปกับกลิ่นอายของอดีตกาล ทำให้ไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากเท่ากับธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ ซึ่งต้องเริ่มตั้งแต่การวางคอนเซ็ปต์โรงแรม สำรวจทำเลที่ตั้ง ออกแบบ และวางแผนการตกแต่ง ที่สำคัญอยู่ที่การสร้างโรงแรมให้ทุกองค์ประกอบมีลักษณะเฉพาะตัว คือ ต้องแตกต่าง และเป็นหนึ่งเดียวโดยแท้จริง บูติก โฮเต็ลในเมืองไทยจะมีความแตกต่างบางอย่างไปจากบูติก โฮเต็ลในต่างประเทศ โดยมีขนาดไม่ใหญ่นัก มีจำนวนห้องพักไม่มาก ซึ่งอาจมีแค่ไม่กี่ห้อง และห้องอาจจะเล็ก มีพื้นที่ใช้สอยค่อนข้างจำกัด แต่อาศัยการออกแบบเป็นพิเศษ ทำให้สามารถจัดการใช้งานพื้นที่ภายในห้องพักได้อย่างลงตัว ใช้เงินลงทุนไม่สูง และบริหารโดยเจ้าของ หรือไม่ได้บริหารด้วยมืออาชีพ เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ถ่ายทอดผ่านการออกแบบและตกแต่ง ให้มีความโดดเด่น เป็นหนึ่งเดียวที่ไม่เหมือนใคร ให้ความสำคัญกับรายละเอียดใน Lifestyle ของผู้มาพัก เรียกกันว่า Lifestyle Hotel เช่น เน้นกลุ่มที่มี Lifestyle ใส่ใจในสุขภาพ โดยมี บริการสปา รวมทั้งร้านอาหารประเภท Organic Food เพื่อสุขภาพ หรือกลุ่มที่เน้นการประหยัดพลังงาน และลดโลกร้อน ภายใต้แนวคิด Green Idea เป็นต้น

2. การให้บริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่และใกล้ชิด เข้าถึงเป็นรายบุคคล และบริการอย่างเป็นกันเองเสมือนหนึ่งลูกค้าเป็นสมาชิกในครอบครัว ต่าง จากบริการแบบมาตรฐานของโรงแรมขนาดใหญ่ที่เหมือนกันทุกแห่ง ดังนั้น พนักงานผู้ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักจึงมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นผู้สื่อสารและถ่ายทอดแนวคิดของโรงแรมให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาพักโดยตรง ฉะนั้น จึงควรมีการคัดสรรและพัฒนาบุคลากรให้มีบุคลิกภาพ รวมทั้งสามารถนำเสนอบริการให้ลูกค้าได้อย่างสอดคล้องกับแนวคิดของบูติก โฮเต็ลนั้น ๆ ทั้งนี้สุภัทธา สุขชู (2547) กล่าวว่า นอกจากดีไซน์ที่สร้างเอกลักษณ์ “ความเป็นบูติก” แล้วบริการเป็นอีกคุณสมบัติสำคัญที่บูติกโฮเต็ลต้องมี บริการแบบครบวงจรสะดวกสบายเช่นโรงแรมหรู

ทั่วไปอาจไม่จำเป็นสำหรับโรงแรมบูติก แต่บริการที่ตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการส่วนบุคคล (Personalized Service) รวมถึงความใส่ใจในบริการเล็กๆ น้อยๆ ที่เหนือความคาดหมายของแขกต่างหากที่เป็นลักษณะของ “บูติก” และที่ทำเช่นนี้ได้ก็เพราะจำนวนห้องน้อย แขกจึงไม่มากนัก พนักงานจึงสามารถเอาใจใส่กับทุกรายละเอียดในการบริการได้ไม่ยาก พนักงานจึงมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก มาตรการที่บูติกโฮเต็ลส่วนใหญ่ใช้คัดเลือกพนักงานบริการคือ ทักษะที่ต้องการ บริการและต่อโรงแรม มากกว่าประสบการณ์ที่พนักงานมี และเลือกคนที่มีบุคลิกที่ไปได้ดีกับบุคลิกของ โรงแรม เช่น พนักงานโรงแรม The Metropolitan มีบุคลิกมั่นใจ กล้าสบตาขณะพูด ก็สอดคล้องกับบุคลิกโรงแรมที่เสนอ “ความเป็นคนรุ่นใหม่” บ่อยครั้งจะเห็นคนท้องถิ่นกลายเป็นพนักงานส่วนใหญ่ของ โรงแรม ก็เพื่อสร้างความกลมกลืนกับบรรยากาศของสถานที่ ส่วนสิ่งสำคัญที่โรงแรมต้องปลูกฝังให้พนักงาน ก็คือ คอนเซ็ปต์ของบูติกโฮเต็ลนั่นเอง

ได้มีการศึกษาและทำ SWOT Analysis เกี่ยวกับบูติกโฮเต็ลในประเทศดังตาราง 2.2 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555, น. 1)

ตารางที่ 2.2

วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจบูติก โฮเต็ลไทย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> • ความอุดมสมบูรณ์และหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ในภูมิภาคต่างๆ ของไทย เพิ่มความหลากหลายของ ธุรกิจบูติกโฮเต็ล • ความโดดเด่นของเอกลักษณ์ความเป็นไทย ในด้าน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีในแต่ละท้องถิ่น เกื้อหนุน ให้ธุรกิจบูติกโฮเต็ลมีความโดดเด่นที่ไม่เหมือนใคร • อุปนิสัยที่ยิ้มแย้ม เป็นมิตร มีไมตรีจิตของคนไทย เป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการอย่างเอาใจใส่และเข้าถึง ลูกค้าแต่ละรายได้ • ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านค่าครองชีพที่ต่ำ ทำให้ขยายตลาดการพักระยะยาว (Long Stay) ที่เหมือน อยู่กับบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ • ขาดการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็น หนึ่งเดียวอย่างแท้จริง • ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ • ขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิต และ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวต่างชาติ • ระบบคมนาคมขนส่งที่เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางระหว่างภูมิภาคของไทย และเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน • ขาดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาด้านการออกแบบ ตกแต่ง และการให้บริการ รวมทั้งการบริหารจัดการอย่างมีอ าศีพของบุคลากร

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจบูติก โฮเต็ลไทย

โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> • กระแสการตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่กำลังมาแรงในต่างประเทศ • การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน • การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี 2558 ช่วยขยายตลาดนักท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งนักท่องเที่ยวจากประเทศสมาชิกอาเซียน และจากภายนอกภูมิภาคอาเซียน • แนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุในวัยเกษียณของประเทศที่พัฒนาแล้วทำให้ความต้องการแหล่งพำนักระยะยาว (Long Stay) ในต่างประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจบูติก โฮเต็ล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในตลาดท่องเที่ยวหลัก เช่น ยุโรป • การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งต่างหันมาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศ • การแข่งขันในธุรกิจบูติก โฮเต็ลที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ทั้งจากบูติก โฮเต็ลขนาดเล็กกันเอง และจากบูติก โฮเต็ลระดับ 5 ดาว ที่บริหารโดยเชนโรงแรมต่างประเทศ • การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะยังเพิ่มการแข่งขันในธุรกิจบูติก โฮเต็ล

2.5.6 ลักษณะเฉพาะของบูติกโฮเต็ลที่ศึกษา

บูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล หมายถึง 40 โรงแรมบูติกขนาดกลางและเล็ก ที่มีจำนวนตั้งแต่ 3 – 79 ห้อง และได้รับการคัดเลือกจากการประกวดโครงการ “Thailand Boutique Awards 2011” จัดโดยธนาคารกรุงไทยร่วมกับกรุงเทพธุรกิจ โดยคัดจากบูติกโฮเต็ลทั่วประเทศที่เข้าประกวด 355 แห่ง มีรางวัลแบ่งตามกลุ่ม (At Siam the right choice the right price, 2555, p. 1) ดังนี้

1. รางวัลสำหรับกลุ่มโรงแรมเบสิก (Basic Accommodation)
 - 1.1 ประเภทสถาปัตยกรรมและการออกแบบ
 - 1.2 ประเภทอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 - 1.3 ประเภทแนวความคิดและวัฒนธรรม
2. รางวัลสำหรับกลุ่มโรงแรมดีลักซ์ (Deluxe Accommodation)
 - 2.1 ประเภทสถาปัตยกรรมและการออกแบบ
 - 2.2 ประเภทอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 - 2.3 ประเภทแนวความคิดและวัฒนธรรม
3. รางวัลสำหรับกลุ่มโรงแรมลักซ์ซิวรี่ (Luxury Accommodation)

- 3.1 ประเภทสถาปัตยกรรมและการออกแบบ
- 3.2 ประเภทอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 3.3 ประเภทแนวความคิดและวัฒนธรรม
4. รางวัลพิเศษ “Outstanding Award” สำหรับโรงแรมที่มีความโดดเด่นทั้ง

3 ประเภท



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีผลมาจากบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลยอดนิยมในประเทศไทยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการโดยการใช้แบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเองของผู้ประกอบการ และแบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเองของผู้ใช้บริการ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการของธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 40 แห่ง ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจทุกแห่ง แห่งละ 1 คน รวมทั้งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการธุรกิจบูติกโฮเต็ลทั้ง 40 แห่ง ข้างต้น แต่มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลทำให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำนวน 15 แห่ง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์ ตามแนวคิดของ Hair (Hair, et al., 2006) ซึ่งเสนอว่า ขนาดตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ต้องมีขนาดอย่างน้อย 20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่ศึกษา สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 4 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ควรมีไม่ต่ำกว่า $20 \times 4 = 80$ คน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลจำนวน 15 แห่ง และศึกษาข้อมูลจากผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกโฮเต็ลเหล่านี้จำนวน 84 คน ดังตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1

จำนวนบูติกโฮเต็ล จำนวนผู้ประกอบการ และจำนวนผู้ให้บริการ

บูติกโฮเต็ล	ผู้ประกอบการ	ผู้ให้บริการ
1	1	2
2	1	2
3	1	8

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จำนวนบูติกโฮเต็ล จำนวนผู้ประกอบการ และจำนวนผู้ใช้บริการ

บูติกโฮเต็ล	ผู้ประกอบการ	ผู้ใช้บริการ
4	1	1
5	1	3
6	1	10
7	1	2
8	1	20
9	1	1
10	1	8
11	1	7
12	1	6
13	1	10
14	1	2
15	1	2

หมายเหตุ: เนื่องจากข้อมูลจริงของผู้ใช้บริการที่เก็บได้จากบูติกโฮเต็ลแต่ละแห่งมีจำนวนไม่เท่ากัน การวิจัยนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการบูติกโฮเต็ลแต่ละแห่งในการวิเคราะห์ทางสถิติ อาจทำให้เกิดความไม่ยุติธรรมต่อบูติกโฮเต็ลที่มีค่ากลุ่มตัวอย่างน้อยได้ เช่นค่าเฉลี่ยของบูติกโฮเต็ลที่มี $N = 2$ เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของบูติกโฮเต็ลที่มี $N = 20$

3.2 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. สํารวจและรวบรวมข้อมูลบูติกโฮเต็ลยอดนิยมในประเทศไทย จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อินเทอร์เน็ต และการสอบถามจากThailand Boutique Awards 2011 จำนวน 15 แห่ง
2. ขอนหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อเตรียมส่งให้ผู้ประกอบการ
3. ผู้วิจัยโทรศัพท์ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์พร้อมหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากมหาวิทยาลัย แนะนำตัว แจ้งวัตถุประสงค์ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการวิจัย สิทธิในการเข้าร่วม หรือปฏิเสธการเข้าร่วมการวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการในการพิจารณาเข้าร่วมการวิจัย

4. เมื่อได้รับอนุญาตจากผู้ประกอบการ ผู้วิจัยขอวัน เวลา สถานที่ ที่ผู้ประกอบการสะดวกให้เข้าพบ
5. ผู้วิจัยแนะนำตัว แจ้งวัตถุประสงค์ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการวิจัย สิทธิในการเข้าร่วม ปฏิเสธ หรือยกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยอีกครั้งเมื่อพบผู้ประกอบการ พร้อมชี้แจงการรักษาความลับ ปกปิดข้อมูล ผู้ประกอบการไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชน
6. ผู้วิจัยนำหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form) ให้ผู้เข้าร่วมวิจัยลงนาม
7. ให้ผู้เข้าร่วมวิจัยทำแบบสอบถาม พร้อมชี้แจงรายละเอียดและตอบข้อซักถามในแบบสอบถาม
8. นำแบบสอบถามที่ได้คืนมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรในงานวิจัยประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

3.3.1 ตัวแปรอิสระ

1. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation) แบ่งเป็น 6 ด้าน คือ
 - 1.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation)
 - 1.2 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation)
 - 1.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation)
 - 1.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation)
 - 1.5 ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)
 - 1.6 ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)
2. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ
 - 2.1 ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year)
 - 2.2 ความชำนาญในงาน (Skill)
 - 2.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)
3. รูปแบบการคิด แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

3.1 รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System)

3.2 รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System)

3.3.2 ตัวแปรตาม

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ สามารถวัดคุณภาพการบริการได้ใน 5 ด้าน คือ

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งได้เป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ข้อ โดยทำการสอบถามเกี่ยวกับอายุ เพศ และสถานะภาพ และข้อมูลเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญจำนวน 4 ข้อ โดยให้ผู้ประกอบการทำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดภูมิความรู้ความชำนาญ ที่พัฒนามาจากแบบสอบถามของ อุมภาพร โพธิ์โษะ (2554)

นำข้อมูลมาประเมินภูมิความรู้ความชำนาญด้วยตัวแปรที่กำหนด 3 ตัวแปร ประกอบด้วยระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ความชำนาญในงาน และประสบการณ์ในการบริหาร มีรายละเอียดดังนี้

1. ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) ได้จากข้อมูลจริงด้านระดับการศึกษาจากข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ โดยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป และภูมิความรู้ความชำนาญ
2. ความชำนาญในงาน (Skill) ได้จากข้อมูลจริงด้านระยะเวลาที่เคยประกอบกิจการมาแล้วจากข้อคำถามจำนวน 1 ข้อ โดยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป และภูมิความรู้ความชำนาญ
3. ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) ได้จากข้อมูลจริงด้านระยะเวลาที่เคยทำงานบริหาร/ประสบการณ์งานบริหารมาแล้ว จากข้อคำถามจำนวน 1 ข้อ โดยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป และภูมิความรู้ความชำนาญ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ โดยให้ผู้ประกอบการประเมินตนเองโดยการทำแบบสอบถามบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 57 ข้อ ที่พัฒนามาจากแบบสอบถามของ อุมภาพร โพธิ์โษะ (2554) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมินของตัวแปรบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ดังตาราง 3.2

ตารางที่ 3.2

ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมินของตัวแปรบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน
ความเป็นตัวของตัวเอง	0.81
ความมีนวัตกรรม	0.87
ความกล้าเสี่ยง	0.91
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	0.85
ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	0.89
ความใส่ใจในความสำเร็จ	0.87

นำข้อมูลมาประเมินบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้วยตัวแปรที่กำหนด 6 ด้าน โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือการให้คะแนนของคำตอบทั้ง 6 ด้าน ด้วยมาตรลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.2 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยแต่ละด้านไปเปรียบเทียบระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.3 โดยการแบ่งช่วงของคะแนนด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น 5 ระดับ (รัตนา ศิริพานิช, 2535, น. 9) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) วัดจากข้อคำถาม 10 ข้อ โดยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ และการให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

การให้คะแนนของความเป็นตัวของตัวเอง

ลักษณะคำตอบ	การให้คะแนน
มาก	5
ค่อนข้างมาก	4
ปานกลาง	3
ค่อนข้างน้อย	2
น้อย	1

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยความเป็นตัวของตัวเองมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.4

ระดับของคะแนนของลักษณะบุคลิกผู้ประกอบการ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน
1.00 – 1.80	ต่ำ
1.81 – 2.60	ค่อนข้างต่ำ
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	ค่อนข้างสูง
4.21 – 5.00	สูง

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) วัดจากคำถามจากข้อคำถาม 7 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ โดยเป็นข้อคำถามทางบวกทุกข้อ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับความเป็นตัวของตัวเองดังตารางที่ 3.3 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความมีนวัตกรรมมาเปรียบเทียบกับระดับของคะแนนดังตารางที่ 3.4

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) วัดโดยข้อคำถาม 7 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นข้อคำถามทางบวก การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล เกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับความเป็นตัวของตัวเองดังตารางที่ 3.3 การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.3 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความกล้าเสี่ยง มาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนดังตารางที่ 3.4

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) โดยวัดจากข้อคำถาม 8 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นข้อคำถามทางบวก การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล เกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับความเป็นตัวของตัวเองดังตารางที่ 3.2 การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.3 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความก้าวร้าวในการแข่งขัน มาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนดังตารางที่ 3.4

5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) โดยวัดจากข้อคำถาม 13 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นข้อคำถามทางบวก การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล เกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับความเป็นตัวของตัวเองดังตารางที่ 3.3 การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.3 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ มาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนดังตารางที่ 3.4

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) โดยวัดจากข้อคำถาม 12 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นข้อคำถามทางบวก การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล เกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับความเป็นตัวของตัวเองดังตารางที่ 3.3 การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.3 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของความใส่ใจในความสำเร็จ มาเปรียบเทียบกับระดับของคะแนนดังตารางที่ 3.4

ส่วนที่ 3 แบบสอบวัดรูปแบบการคิด การวิจัยครั้งนี้ได้ให้ผู้ประกอบการประเมินตนเอง โดยการทำแบบสอบถามจำนวน 31 ข้อ ที่พัฒนามาจากแบบสอบถามของ เปมิกา คล้ายทอง (2552) นำข้อมูลมาประเมินรูปแบบการคิดด้วยรูปแบบที่กำหนด 2 แบบ คือ

1. รูปแบบการคิดเชิงเหตุผล (Rational Conceptual System) จากข้อคำถามจำนวน 13 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวกจำนวน 9 ข้อ และข้อคำถามทางลบจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบวัดทั้งฉบับ เท่ากับ .86

2. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experience Conceptual System) วัดจากข้อคำถามจำนวน 18 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามทางบวกทั้งหมด มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .79

แบบสอบวัดรูปแบบการคิดทั้ง 31 ข้อ เป็นแบบวัดสองทิศทาง (Semantic Differential Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามระดับความเห็นมากน้อยกำหนดเป็นน้ำหนักดังนี้

1	หมายถึง	ตรงที่สุด
2	หมายถึง	ตรงมาก
3	หมายถึง	ตรงพอประมาณ
4	หมายถึง	ตรงบ้าง
5	หมายถึง	ตรงน้อยมาก

ตารางที่ 3.5

การให้คะแนนการประเมินสำหรับแบบวัดรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลและการใช้ประสบการณ์

คำตอบ	การให้คะแนนสำหรับข้อคำถาม ทางบวก	การให้คะแนนสำหรับข้อ คำถามทางลบ
ตรงที่สุด	5	1
ตรงมาก	4	2
ตรงพอประมาณ	3	3
ตรงบ้าง	2	4
ตรงน้อยมาก	1	5

การแบ่งประเภทของรูปแบบการคิด โดยนำคะแนนรวมของแต่ละด้านของรูปแบบการคิด ทั้ง 2 ด้าน (ทั้งหมด 31 ข้อ) มาคำนวณหาค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-score) ของแต่ละด้าน โดยใช้คะแนนดิบ (X) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

$$Z = \frac{X - \bar{X}}{S.D.}$$

จากนั้นจึงนำคะแนนมาตรฐานในแต่ละรูปแบบการคิดของแต่ละบุคคลมาเปรียบเทียบ เพื่อทำการแบ่งกลุ่ม ดังนี้

1. บุคคลที่ได้ค่าคะแนนมาตรฐานของรูปแบบการคิดเชิงเหตุ สูงกว่ารูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ หมายถึง บุคคลที่มีแนวโน้มในการใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลมากกว่าใช้ประสบการณ์
2. บุคคลที่ได้ค่าคะแนนมาตรฐานของรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์สูงกว่ารูปแบบการคิดเชิงเหตุผล หมายถึง บุคคลที่มีแนวโน้มในการใช้รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มากกว่าใช้เหตุผล
3. บุคคลที่ได้คะแนนมาตรฐานของรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์เท่ากับรูปแบบการคิดเชิงเหตุผลจะไม่นำมาเป็นเกณฑ์ในการแยกกลุ่ม ทั้งนี้จะตัดบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์นี้ออกไป

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ โดยทำการสอบถามเกี่ยวกับอายุ เพศ และสถานะภาพ และข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยให้ผู้ให้บริการทำแบบสอบถามจำนวน 33 ข้อ ที่พัฒนามาจากแบบสอบถามของ ธาณินทร์ สุวงศ์วาร (2541) มีค่า

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .932 นำข้อมูลมาประเมินการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้วยตัวแปรที่กำหนด 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) วัดจากข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามคุณภาพการบริการ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตร ลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6

การให้คะแนนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ลักษณะคำตอบ	การให้คะแนน
ตรงที่สุด	5
ตรงมาก	4
ตรงพอประมาณ	3
ตรงนิดหน่อย	2
ไม่ตรงเลย	1

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7

ระดับของคะแนนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน
1.00 – 1.80	ต่ำ
1.81 – 2.60	ค่อนข้างต่ำ
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	ค่อนข้างสูง
4.21 – 5.00	สูง

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) วัดจากข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ข้อคำถามในแบบสอบถามคุณภาพการบริการ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.6 โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการดังตาราง 3.6 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มาเปรียบเทียบกับระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.7

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) วัดจากข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามคุณภาพการบริการ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.6 โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการดังตาราง 3.6 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.7

4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (Assurance) วัดจากข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามคุณภาพการบริการ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.6 โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการดังตาราง 3.6 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.7

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) วัดจากข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ จากข้อคำถามในแบบสอบถามคุณภาพการบริการ การให้คะแนนของคำตอบของด้านนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 สเกล ดังตารางที่ 3.6 โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะพิจารณาเช่นเดียวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการดังตาราง 3.6 จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนน ดังตารางที่ 3.7

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science: SPSS for Window) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญรูปแบบการคิด และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสรุปผล (Inferential Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ในการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Correlation Coefficient) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ตารางที่ 3.8

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>สมมติฐานที่ 1: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 4. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 5. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 6. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการความเป็นรูปธรรมของการบริการ 7. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 9. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 10. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.8 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
11. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	
12. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้	
13. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	
14. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	
15. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	
16. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	
17. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	
18. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	
19. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	
20. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	
21. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	
22. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	
23. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	

ตารางที่ 3.8 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>24. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ</p> <p>25. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ</p> <p>26. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</p> <p>27. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้</p> <p>28. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</p> <p>29. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ</p> <p>30. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ</p>	

ตารางที่ 3.9

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>สมมติฐานที่ 2: ภูมิภาคความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ</p> <p>1. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</p> <p>2. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.9 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
3. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 5. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 6. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 7. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือว่าวางใจได้ 8. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 9. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 10. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 11. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 12. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือว่าวางใจได้ 13. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 14. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 15. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	

ตารางที่ 3.10

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>สมมติฐานที่ 3: รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 5. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 6. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 7. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 8. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 9. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ 10. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ 	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.11

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>สมมติฐานที่ 4: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 2. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 3. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 4. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 6. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา 7. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 9. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 10. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 11. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 12. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน 13. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร 14. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร 15. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร 16. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร 	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.11 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
17. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร 18. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในการบริหาร	

ตารางที่ 3.12

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
สมมติฐานที่ 5: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด 1. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 2. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 3. ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 4. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 6. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 7. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 9. ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)

ตารางที่ 3.12 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
10. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 11. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 12. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	

ตารางที่ 3.13

สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
สมมติฐานที่ 6: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิด 1. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 2. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดมีเหตุผล 3. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล 4. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 5. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ 6. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Coefficient of Correlation)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีผลมาจากบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ล ยอดนิยมในประเทศไทย” ได้ทำการศึกษาวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวนประชากร 40 คน และมีผู้ประกอบการให้ความร่วมมือเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 15 คน โดยให้ผู้ประกอบการทำแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำคำนวณทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ส่วนที่ 2 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ส่วนที่ 3 ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ส่วนที่ 4 รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ส่วนที่ 6 การรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Award 2011

ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ดังตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	11	73.33
- หญิง	4	26.67
รวม	15	100.00
2. อายุ		
- 20 -30 ปี	1	6.67
- 31 -40 ปี	5	33.33
- มากกว่า 40 ปี	9	60.00
รวม	15	100.00
3. สถานะภาพ		
- โสด	7	46.67
- สมรส	8	53.33
รวม	15	100.00
4. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	6.67
- ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	14	93.33
รวม	15	100.00
5. อาชีพก่อนธุรกิจปัจจุบัน		
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0	0
- พนักงานบริษัทเอกชน	8	53.33
- อาชีพส่วนตัว	7	46.67
รวม	15	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. ประสบการณ์งานปัจจุบัน		
- 1 –10 ปี	7	46.67
- มากกว่า 10 ปี	8	53.33
รวม	15	100.00
7. ประสบการณ์งานบริหาร		
- 1 -10 ปี	11	73.33
- มากกว่า 10 ปี	4	26.67
รวม	15	100.00
8. เคยประกอบกิจการมาแล้ว		
- 1 –10 ปี	11	73.33
- มากกว่า 10 ปี	4	26.67
รวม	15	100.00
9. นำประสบการณ์งานเดิมมาใช้		
- ใช่	14	93.33
- ไม่ใช่	1	6.67
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 73.33) อายุมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 60) สถานะภาพสมรส (ร้อยละ 53.33) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ร้อยละ 93.33) อาชีพก่อนธุรกิจปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 53.33) มีประสบการณ์งานปัจจุบัน มากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 53.33) มีประสบการณ์งานบริหาร และเคยประกอบกิจการมาแล้ว ระหว่าง 1-10 ปี (ร้อยละ 73.33) และส่วนใหญ่ นำประสบการณ์งานเดิมมาใช้ (ร้อยละ 93.33)

4.2 ส่วนที่ 2 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเทิลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ SPSS เพื่อหาระดับของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ดังตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
ความเป็นตัวของตัวเอง	3.63	.36	ค่อนข้างสูง
ความมีนวัตกรรม	3.84	.49	ค่อนข้างสูง
ความกล้าเสี่ยง	1.84	.53	ค่อนข้างต่ำ
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	2.87	.61	ปานกลาง
ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้	3.44	.33	ค่อนข้างสูง
ความใส่ใจในความสำเร็จ	3.21	.52	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเทิลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 มีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมี นวัตกรรม ความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความใส่ใจความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง มีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

4.3 ส่วนที่ 3 ภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเทิลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Award 2011

ข้อมูลที่ใช้ประเมินภูมิความรู้ความชำนาญได้แก่ ระยะเวลาในการศึกษา ความชำนาญในงาน และประสบการณ์ในการบริหาร มาจากข้อมูลจริงที่ผู้ประกอบการตอบในแบบสอบถามภูมิความรู้ความชำนาญ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ SPSS ดังตาราง 4.3

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภูมิความรู้ความชำนาญ

ภูมิความรู้ความชำนาญ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ระยะเวลาในการศึกษา	1.93	.25
ความชำนาญในงาน	1.47	.51
ประสบการณ์ในการบริหาร	2.00	.75

นำข้อมูลจริงที่ได้จากการตอบแบบสอบถามคำนวณเป็นระยะเวลาที่ผู้ประกอบการใช้ในแต่ละตัววัด ดังตาราง 4.4

ตารางที่ 4.4

ระยะเวลาที่ใช้ของภูมิความรู้ความชำนาญ

ภูมิความรู้ความชำนาญ	ระยะเวลา (ปี)
ระยะเวลาในการศึกษา	> 18
ความชำนาญในงาน	>10
ประสบการณ์ในการบริหาร	1-10

4.4 ส่วนที่ 4 รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามรูปแบบการคิดการมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ SPSS ดังตาราง 4.4

ตารางที่ 4.5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ

รูปแบบการคิด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แบบใช้เหตุผล	3.40	.27
แบบใช้ประสบการณ์	3.12	.57

จากนั้นคำนวณหาค่าคะแนนมาตรฐานของทั้ง 2 รูปแบบ เพื่อแบ่งกลุ่มแนวโน้มการใช้รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ ตามตาราง 4.6

ตารางที่ 4.6

จำนวนราย และค่าร้อยละ รูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ

รูปแบบการคิด	จำนวนราย	ร้อยละ
แบบใช้เหตุผล	6	40
แบบใช้ประสบการณ์	9	60

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 มีแนวโน้มการใช้รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 และมีแนวโน้มการใช้รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60

4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการดังตาราง 4.7

ตารางที่ 4.7

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	28	33
- หญิง	56	67
รวม	84	100
2. อายุ		
- 20 –40 ปี	56	67
- มากกว่า 40 ปี	28	33
รวม	84	100

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. สถานะภาพ		
- โสด	44	52
- สมรส	40	48
รวม	84	100
4. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	3
- ปริญญาตรี	59	70
- สูงกว่าปริญญาตรี	23	27
รวม	84	100
5. อาชีพ		
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11	13
- พนักงานบริษัทเอกชน	45	54
- อาชีพส่วนตัว	28	33
รวม	84	100
6. เหตุผลในการเข้าพัก		
- เพื่อการท่องเที่ยว	75	89
- เพื่อธุรกิจ	5	6
- อื่น ๆ	4	5
รวม	84	100
7. ระยะเวลาที่เข้าพัก		
- น้อยกว่า 7 วัน	75	89
- 7 - 14 วัน	5	6
- มากกว่า 14 วัน	4	5
รวม	84	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67) โดยมีอายุระหว่าง 20-40 ปี (ร้อยละ 67) สถานะภาพเป็นโสด (ร้อยละ 52) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 70) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 54) เข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว (ร้อยละ 89) โดยมีระยะเวลาที่เข้าพักน้อยกว่า 7 วัน (ร้อยละ 89)

4.6 ส่วนที่ 6 การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ SPSS เพื่อหาระดับของการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ ดังตาราง 4.8

ตารางที่ 4.8

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการรับรู้คุณภาพการบริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.78	.47	ค่อนข้างสูง
ความเชื่อถือ ว่างใจได้	4.00	.32	ค่อนข้างสูง
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	2.62	.39	ปานกลาง
การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	3.53	.33	ค่อนข้างสูง
การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	3.82	.38	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Award 2011 มีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือ ว่างใจได้ การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับปานกลาง

4.7 ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.7.1 สมมติฐานที่ 1: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพ การให้บริการ

ตารางที่ 4.9

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ				
	ด้านความเป็น รูปธรรมของ การบริการ	ด้านความ เชื่อถือ ไว้วางใจ ได้	ด้านการ ตอบสนอง ต่อผู้รับ บริการ	ด้านการให้ ความมั่นใจ ต่อผู้รับ บริการ	ด้านการ รู้จักและ เข้าใจใน ผู้รับบริการ
ความเป็นตัวของตัวเอง	.090	-.193	.104	.059	.126
ความมีนวัตกรรม	.101	-.153	.566*	-.060	.145
ความกล้าเสี่ยง	-.272	-.086	.078	-.465	-.332
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	-.143	-.289	.516*	-.279	-.252
ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	.273	.133	-.016	-.020	.126
ความใส่ใจในความสำเร็จ	-.018	-.109	.097	-.260	-.146

*p<.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .566, p < 0.05$) และพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .516, p < 0.05$) ดังนั้นจึงตั้งนัยยอมรับสมมติฐานที่ 1 บางส่วนเฉพาะข้อ 1.8 และข้อ 1.18

4.7.2 สมมติฐานที่ 2: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้ บริการ

ตารางที่ 4.10

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญและการรับรู้คุณภาพการบริการ

ภูมิความรู้ความชำนาญ	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ				
	ด้านความเป็น รูปธรรมของ การบริการ	ด้านความ เชื่อถือ ไว้วางใจได้	ด้านการ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ	ด้านการให้ ความมั่นใจต่อ ผู้รับบริการ	ด้านการรู้จัก และเข้าใจใน ผู้รับบริการ
ระยะเวลาในการศึกษา	.124	.434	-.062	.312	.435
ความชำนาญในงาน	-.140	-.031	.312	.141	-.047
ประสบการณ์ในการบริหาร	.053	-.117	-.000	-.277	-.212

จากการทดสอบสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานที่ 2.1 ถึงสมมติฐานที่ 2.15

4.7.3 สมมติฐานที่ 3: รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 4.11

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดและการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

รูปแบบการคิด	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ				
	ด้านความเป็น รูปธรรมของ การบริการ	ด้านความ เชื่อถือ ไว้วางใจได้	ด้านการ ตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ	ด้านการให้ ความมั่นใจต่อ ผู้รับบริการ	ด้านการรู้จัก และเข้าใจใน ผู้รับบริการ
แบบมีเหตุผล	-.070	-.035	-.116	.110	-.012
แบบใช้ประสบการณ์	-.044	-.135	.241	.362	-.053

จากการทดสอบสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการคิดกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 ซึ่งประกอบด้วย สมมติฐานที่ 3.1 ถึงสมมติฐานที่ 3.10

4.7.4 สมมติฐานที่ 4: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ

ตารางที่ 4.12

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญ

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	ภูมิความรู้ความชำนาญ		
	ระยะเวลาในการศึกษา	ความชำนาญในงาน	ประสบการณ์ในการบริหาร
ความเป็นตัวของตัวเอง	.376	.282	-.032
ความมีนวัตกรรม	-.157	.125	-.032
ความกล้าเสี่ยง	-.124	.109	.128
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	-.249	.078	.181
ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	-.312	-.094	.415
ความใส่ใจในความสำเร็จ	-.310	.248	-.042

จากการทดสอบสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการกับภูมิความรู้ความชำนาญ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 ซึ่งประกอบด้วย สมมติฐานที่ 4.1 ถึงสมมติฐานที่ 4.18

4.7.5 สมมติฐานที่ 5: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด

ตารางที่ 4.13

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและรูปแบบการคิด

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	รูปแบบการคิด	
	แบบมีเหตุผล	แบบใช้ประสบการณ์
ความเป็นตัวของตัวเอง	-.364	-.317
ความมีนวัตกรรม	-.126	-.180

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและรูปแบบการคิด

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ	รูปแบบการคิด	
	แบบมีเหตุผล	แบบใช้ประสบการณ์
ความกล้าเสี่ยง	-0.140	-0.302
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	-0.426	-0.309
ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	-0.497	-0.195
ความใส่ใจในความสำเร็จ	0.017	-0.112

จากการทดสอบสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการกับรูปแบบการคิดดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานที่ 5.1 ถึงสมมติฐานที่ 5.12

4.7.6 สมมติฐานที่ 6: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิด

ตารางที่ 4.14

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญและรูปแบบการคิด

ภูมิความรู้ความชำนาญ	รูปแบบการคิด	
	แบบมีเหตุผล	แบบใช้ประสบการณ์
ระยะเวลาในการศึกษา	-0.031	-0.310
ความชำนาญในงาน	-0.109	-0.093
ประสบการณ์ในการบริหาร	-0.191	-0.169

จากการทดสอบสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิความรู้ความชำนาญกับรูปแบบการคิดดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 ซึ่งประกอบด้วย สมมติฐานที่ 6.1 ถึงสมมติฐานที่ 6.6

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังต้องการทราบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการสามารถร่วมกันทำนายการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการหรือไม่

จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้น ผู้วิจัยได้นำตัวแปรต้น ได้แก่ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิด มาวิเคราะห์และสร้างสมการทำนายการรับรู้

คุณภาพการให้บริการ โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นต่อน (Stewise Regression Analysis) ได้ผลดังนี้คือ ไม่สามารถร่วมกันทำนายได้

4.7.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.15

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
สมมติฐานที่ 1: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน
1. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
6. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
7. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .566, p < .05$)
9. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
10. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
11. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
12. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
13. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
14. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
15. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
16. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
17. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
18. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .516, p < .05$)
19. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
20. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
21. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
22. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
23. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
24. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
25. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
26. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
27. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
28. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
29. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
30. ความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 2: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
1. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
6. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
7. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
8. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
9. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
10. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
11. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
12. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
13. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
14. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
15. ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 3: รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
1. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
3. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผลมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
6. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
7. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
8. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
9. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
10. รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 4: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
1. ความเป็นตัวของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
6. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการศึกษา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
7. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
9. ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
10. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
11. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
12. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความชำนาญในงาน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
13. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
14. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
15. ความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
16. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
17. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
18. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการบริหาร	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 5: บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
1. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

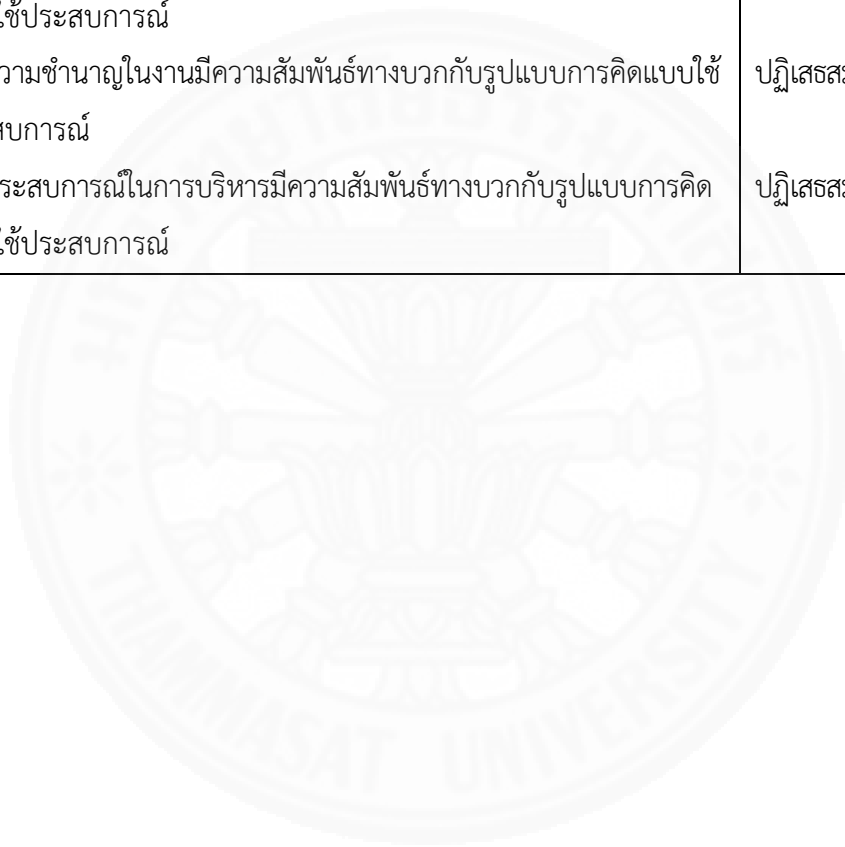
การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
2. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
6. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
7. ความเป็นตัวของตัวเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
8. ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
9. ความกล้าเสี่ยงความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
10. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
11. ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
12. ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 6: ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิด	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
1. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการวิจัย
3. ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ความชำนาญในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
6. ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ และสร้างสมการทำนายการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ ด้วยปัจจัยด้านบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ยอดนิยมในประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 15 ราย และผู้ให้บริการบูติกไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 84 ราย โดยเก็บข้อมูลช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2556

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. ตัวแปรต้นประกอบด้วย

- 1.1 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation) แบ่งเป็น 6 ด้าน คือ
 - 1.1.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation)
 - 1.1.2 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation)
 - 1.1.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation)
 - 1.1.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation)
 - 1.1.5 ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)

- 1.1.6 ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)

1.2 ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

- 1.2.1 ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year)
- 1.2.2 ความชำนาญในงาน (Skill)
- 1.2.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)

1.3 รูปแบบการคิด แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

- 1.3.1 รูปแบบการคิดแบบมีเหตุผล (Rational Conceptual System)
- 1.3.2 รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential Conceptual System)

2. ตัวแปรตามคือ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ แบ่งเป็น 5 ด้านคือ

- 2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)

2.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

2.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)

2.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) การรับรู้คุณภาพการให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีทั้งหมด 2 ชุด คือ

1. ชุดที่ 1 แบบสอบถามประเมินโดยผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการคิด

2. ชุดที่ 2 แบบสอบถามประเมินโดยผู้ให้บริการ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

2.2 ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลทั้งหมดจะถูกวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ รูปแบบการคิด ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการ และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ข้อมูลด้านความสัมพันธ์ของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ รูปแบบการคิด การรับรู้คุณภาพการให้บริการ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการหาค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Product Moment Correlation Coefficient: (r))

3. นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสนใจที่จะศึกษาตัวแปรต้น ได้แก่ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิด ที่สามารถทำนายตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analyze) ทั้งนี้ในการสรุป และอภิปรายผลการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบการคิด

ส่วนที่ 3 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 4 ลักษณะการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

ส่วนที่ 5 อภิปรายสมมติฐานการวิจัย

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการบูติกไฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 พบว่า

1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 73.33) อาจเนื่องมาจากธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเดิมของครอบครัวที่ผู้ประกอบการรับช่วงมาดำเนินการต่อหรือเป็นการนำบ้านและทรัพย์สินเดิมของครอบครัวมาตัดแปลงเป็นบูติกไฮเต็ล วัฒนธรรมไทยผู้สืบทอดธุรกิจของครอบครัวผู้รับมรดกบ้านและที่ดินที่บรรพบุรุษอยู่อาศัยจากรุ่นสู่รุ่นคือทายาทเพศชาย อาจเป็นความเชื่อตั้งแต่อดีตตั้งคำเปรียบที่ว่า “ผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า ผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง” หรือที่นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538, น.90) กล่าวไว้ว่า “แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างหญิงและชาย หญิงถูกสอนให้ยอมรับความเป็นรองชายมาแต่เล็กแต่น้อย ฉะนั้นผู้หญิงจึงทนรับการเอาเปรียบของผู้ชายได้อย่างไม่ปริปาก” อีกทั้งผู้ประกอบการเป็นผู้ที่นำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ แข่งขันกับผู้อื่นได้ซึ่งเพศชายมีความเด็ดขาด กระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจมากกว่า

สอดคล้องกับการวิจัยเชิงวิเคราะห์แบบเมต้าของลักษณะและความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมสังคม วัฒนธรรมองค์กรและผู้นำที่มีประสิทธิภาพในประเทศไทย (ทศวรรษที่ 20-21) (อุบลวรรณ ภาวานนท์, 2551) พบว่าลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพของประเทศไทยมีลักษณะความเป็นเพศชาย (Masculinity) ในระดับค่อนข้างสูง (ค่าเฉลี่ย 5.82) นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องมีความคล่องตัว ติดต่อบริษัทลูกค้าคนหลากหลายทั้งคู่ค้า เครือข่ายสมาคม กลุ่มเชื่อมโยงทางธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในการต่อยอดธุรกิจซึ่งทำให้เพศชายได้เปรียบในการเจรจาธุรกิจมากกว่าเพศหญิง (นิสิต มโนตั้งวรพันธุ์, 2554, น.35)

2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 60) และสถานภาพสมรสแล้ว อาจเนื่องจากส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจนี้มานานจนประสบความสำเร็จ รวมทั้งประสบการณ์การทำงานก่อนเริ่มธุรกิจนี้อีก ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมีอายุอยู่ในวัยกลางคนสอดคล้องกับนักจิตวิทยา กลุ่มพัฒนาการที่อธิบายว่า วัยกลางคนเป็นวัยแห่งการแบ่งบันรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ คอยแนะนำ สั่งสอน ความรู้ความชำนาญแก่บุคคลอื่นด้วยประสบการณ์และทรัพย์สินที่สั่งสมมานานเพียงพอ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2547, น.55, 58) ทำให้คนวัยกลางคนมีศักยภาพในการสร้างธุรกิจของตนเองได้มากกว่าในช่วงวัยอื่น ๆ อีกทั้งความภาคภูมิใจในความสำเร็จของธุรกิจที่ตนเองเป็นผู้สร้างและสะสมมา จึงมีความต้องการรักษาความสำเร็จนี้ไว้ตลอดไป

สอดคล้องกับเรื่องวงจรชีวิตการทำงาน (Vocation life cycle) ของซูเปอร์ (Super, 1957, pp.71-73) นักจิตวิทยาและอาจารย์แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบียที่แบ่งวงจรชีวิตการทำงาน

ออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่ ชั้นเจริญเติบโต (Growth Stage) ช่วงอายุแรกเกิดถึง 14 ปี ชั้นแสวงหา (Exploration Stage) อยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี ชั้นวางรากฐาน (Establishment Stage) อยู่ในช่วงอายุ 25-44 ปี ชั้นดำรงรักษา (Maintenance Stage) อยู่ในช่วงอายุ 45-64 ปี และชั้นถดถอย (Decline) อยู่ในช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป จากผลการวิจัยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่อยู่ในชั้นดำรงรักษา กล่าวคือความต้องการที่จะรักษาความสำเร็จที่ตนเองสั่งสมมาอันเป็นความภาคภูมิใจนี้ตลอดไปเพื่อส่งมอบต่อทายาทรุ่นต่อไปเมื่อตนเองเข้าสู่วัยในชั้นถดถอย นอกจากนี้งานวิจัยของภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545, น. 41) พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ประสบความสำเร็จสูงนั้นมีอายุในช่วง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.5

3) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ร้อยละ 93.33) ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 71.42 จึงกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโท สอดคล้องกับदनัย เทียมพุด (2531, น. 70) กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี เอน ที คอนซัลแตนท์ จำกัดที่กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือเป็นผู้ที่สนใจใฝ่หาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ อยู่เสมอ ทั้งการอ่านจากตำรา การอบรมสัมมนา การปรึกษาหรือขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มีความรู้และทักษะที่กว้างไกล ผู้ประกอบการที่มีความรู้ในระดับสูงย่อมมีความเข้าใจ ในการบริหารจัดการ นำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาปรับใช้กับธุรกิจให้ทันสมัยอยู่เสมอ ต่อสู้กับคู่แข่งได้ สอดคล้องกับแบรนด์สแตตเตอร์ (Brandstaetter, 1997, pp. 157-177) ที่ศึกษาพบว่าความใฝ่ใจในการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

4) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนก่อนประกอบธุรกิจปัจจุบัน (ร้อยละ 53.33) และมีประสบการณ์งานปัจจุบัน มากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 53.33) อาจเนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการสืบทอดธุรกิจของครอบครัวซึ่งผู้ประกอบการมีความคุ้นเคยมาแต่เด็ก ได้ศึกษาเรียนรู้ ได้ความชำนาญ และประสบการณ์ธุรกิจโรงแรมในฐานะเจ้าของกิจการจากครอบครัวอยู่แล้ว ดังนั้นการออกไปประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนอื่นในฐานะลูกจ้างจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และท้าทายความสามารถผู้ประกอบการ ทั้งยังเกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายจาก ธุรกิจที่แตกต่าง หรือเกิดมุมมองใหม่ในธุรกิจโรงแรมเหมือนกัน เมื่อถึงเวลาอันสมควร ผู้ประกอบการสามารถนำประสบการณ์จากการเป็นพนักงานบริษัทเอกชนอื่นมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจบุติกโฮเต็ลของตนเองหรือเมื่อผู้ประกอบการต้องการความเป็นอิสระจึงกล้าตัดสินใจลาออกจากงานที่ทำถึงแม้จะเป็นงานที่มีอนาคตการทำงานที่มั่นคงก็ตาม เพื่ออิสระในการตัดสินใจ บริหารจัดการด้วยตนเอง

สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของนักวิชาการด้านผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย Mobile ประเทศสหรัฐอเมริกา เบิร์ดและเม็กกินสัน (Byrd & Megginson, 2009, pp. 19-22) พบว่า มหาเศรษฐีในประเทศอเมริกาเกือบ 1 ใน 3 เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ เพราะความต้องการอิสระ หลุดพ้นจากการควบคุม และสามารถตัดสินใจและลงมือทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ

นอกจากนี้แรงกระตุ้นจากคนในครอบครัวยังผลักดันให้ผู้ประกอบการตัดสินใจทำธุรกิจของตนเองโดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีทรัพย์สินเดิมเช่น บ้าน ที่ดิน และของสะสม อันเป็นต้นทุนหลักที่สามารถนำมาลงทุนดำเนินธุรกิจบูติกโฮเต็ลนี้ได้ จากความรู้ และประสบการณ์ที่ได้จากครอบครัวมาแต่เยาว์วัย และที่ได้จากการเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจ และกล้าตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับสมอลล์บอนและไวเออร์ (Smallbone & Wyer, 2000) ที่กล่าวว่าธุรกิจที่เกิดจากการมองเห็นโอกาสของผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตมากกว่าธุรกิจที่เกิดจากผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการเพราะความจำเป็น เช่น แรงกดดันจากการทำงานประจำ การถูกให้ออกจากงาน เป็นต้น

5) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์งานบริหาร และเคยประกอบกิจการมาแล้ว ระหว่าง 1-10 ปี (ร้อยละ 73.33) และนำประสบการณ์งานเดิมมาใช้ (ร้อยละ 93.33) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ครอบครัวประกอบกิจการส่วนตัวทำให้ได้มีโอกาสเรียนรู้ มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ บางท่านสืบทอดธุรกิจครอบครัวต่อจากบรรพบุรุษ ด้วยความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาบ้างท่านมองเห็นโอกาส และมีความมั่นใจกล้าที่จะนำทรัพย์สินที่ครอบครัวมีอยู่เช่น บ้าน ที่ดิน ของสะสมต่าง ๆ มาลงทุน ประยุกต์ให้กลายเป็นบูติกโฮเต็ลโดยอาศัยประสบการณ์งานเดิมที่ตนมีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ สอดคล้องกับ เฉลียว บุรีภักดี (2527, น.185-187) ที่ศึกษาแนวโน้มการทำงานของเยาวชนไทยเกี่ยวกับการประกอบอาชีพอิสระ พบว่าเยาวชนไทยส่วนใหญ่เข้าสู่การดำเนินกิจการโดยรับช่วงธุรกิจจากพ่อแม่ หรือการเป็นลูกจ้างพอชำนาญงานแล้วจึงเปิดกิจการของตนเอง

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลควรเลือกผู้ประกอบการรุ่นต่อไปที่เป็นเพศชายเพราะวัฒนธรรมไทยยังให้ความสำคัญกับเพศชายมากกว่าเพศหญิง รวมถึงความเชื่อถือ มั่นใจในความเด็ดขาด กล้าตัดสินใจ มีความคล่องตัวในการเจรจาติดต่อกับผู้อื่นทางสังคม อีกทั้งควรเลือกผู้ประกอบการที่มีความเป็นผู้ใหญ่อยู่ในวัยทำงานถึงวัยกลางคนเคยประกอบกิจการและผ่านงานบริหารมาก่อนโดยนำประสบการณ์ในการทำงานนั้นมาใช้ ด้านการศึกษาควรเลือกผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

5.1.2 ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบการคิด และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

5.1.2.1 ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

ลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ล ยอดนิยมนที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 พบว่า ผู้ประกอบการมีบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้อยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 3.84 และ 3.44 คะแนน ตามลำดับ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการสร้างโอกาสให้ตนเองโดยการเป็นผู้ประกอบการ ดำเนินธุรกิจด้วยตัวเอง จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานบริษัทเอกชน เคยเป็นผู้ประกอบการ ผ่านงานด้านการบริหาร และมีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมมาก่อน จึงมีความเป็นตัวของตัวเองสูงในการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจบูติกโฮเต็ล การเป็นเจ้าของธุรกิจย่อมมีอิสระในการตัดสินใจ กำหนดนโยบาย ทิศทาง และเป้าหมาย ในการดำเนินธุรกิจตามที่ตัวเองต้องการได้ทันที ผู้ประกอบการยังสามารถตัดสินใจดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ตนเองสร้างสรรค์และมั่นใจว่าจะประสบความสำเร็จถึงแม้จะมีความเสี่ยงอยู่ก็ตาม โดยไม่ต้องรอการอนุมัติเห็นชอบจากผู้อื่น รวมถึงการตัดสินใจลงทุนในนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามที่ตนเองต้องการ และสามารถยอมรับความเสี่ยงได้เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ แข่งขันกับคู่ต่อสู้ทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยใหม่ตลอดเวลา

การเป็นเจ้าของธุรกิจเองทำให้มีแรงกระตุ้นอย่างมากในการรักษาธุรกิจของตนเองไว้ รวมถึงการนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในยามที่ต้องเผชิญปัญหา ทั้งจากปัจจัยภายในของการดำเนินธุรกิจเอง หรือจากปัจจัยภายนอกเช่นปัญหาเศรษฐกิจระดับประเทศ ปัญหาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทั้งภายใน และภายนอกประเทศ เป็นต้น ผู้ประกอบการจะมีความมั่นคงทางอารมณ์ ไม่หวั่นไหว ต่อสถานการณ์เหล่านั้น ในทางกลับกันผู้ประกอบการจะพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสด้วยการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มองเห็นโอกาสในการป้องกัน และบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต

สอดคล้องกับงานวิจัยของอรณา ชัยสุขสังข์ (2554, น. 1) ที่ศึกษาบุคลิก การเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ การริเริ่มด้วยตนเอง และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตเมืองพัทยา พบว่าบุคลิกด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้สัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในระดับค่อนข้างสูง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าว ในการแข่งขัน และความใส่ใจในความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 และ 3.21 คะแนน ตามลำดับ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การเป็นผู้นำ หรืออยู่เหนือคู่แข่งในตลาดย่อมเป็นความต้องการของผู้ประกอบการทุกท่าน แต่เนื่องจากธุรกิจบูติกโฮเต็ลจุดขายสำคัญคือสิ่งที่โดดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์ของตนเองซึ่งคู่แข่งไม่มี หรือหาได้ยากในตลาดเดียวกัน แต่ละบูติกโฮเต็ลมีสิ่งพิเศษ เหล่านี้อยู่แล้ว ผู้ประกอบการได้นำจุดแข็งต่าง ๆ ที่ตนเองมีอยู่ เช่น อาคาร สถานที่ สิ่งของเครื่องใช้ แม้แต่ความสามารถพิเศษทางด้านศิลปะ การประกอบอาหาร เหล่านี้เป็นต้น มาต่อยอดธุรกิจเสริมสร้างเอกลักษณ์แห่งตนอันเป็นคุณสมบัติของบูติกโฮเต็ลที่ลูกค้าแสวงหาผู้ประกอบการจึงไม่ได้ให้ความสำคัญ

สูงสุดต่อความพยายามในการแข่งขัน เพื่อกระตุ้นคู่แข่งเข้าสู่ตลาด อีกทั้งรางวัลที่ได้รับก็เป็นการการันตีในความสำเร็จของบุติกโฮเต็ลของตนอยู่แล้ว ผู้ประกอบการเพียงรักษาเอกลักษณ์ของตนอันเป็นความพึงพอใจของลูกค้าไว้ให้ได้ ขณะเดียวกันก็คิดค้นสร้างสรรค์สิ่งใหม่เป็นมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เสริมความเป็นผู้นำให้มั่นคง อันเป็นหนทางไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

สอดคล้องกับงานวิจัยของอรณา ชัยสุขสังข์ (2554, น. 1) ที่ศึกษาบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ การริเริ่มด้วยตนเอง และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตเมืองพัทยา พบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความใส่ใจในความสำเร็จสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในระดับปานกลาง อีกทั้งจริยา ตันติพงศ์อนันต์. (2549, น 1) ที่ศึกษาบุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (4-5 ดาว) ประเภทอาหาร พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีบุคลิกผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในระดับปานกลาง

รวมทั้งผู้ประกอบการยังมีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.84 คะแนน

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้หลีกเลี่ยงความเสี่ยงหรือไม่กล้าเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ดังจะเห็นได้จากผู้ประกอบการส่วนใหญ่สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษซึ่งผ่านช่วงของการลงทุนที่ต้องแบกรับภาระขาดทุนช่วงเริ่มต้นธุรกิจมาแล้วและผู้ประกอบการทราบดีอยู่แล้วว่าธุรกิจที่ตนดำเนินการต่อหน้ามีความเสี่ยงน้อยเพียงใดทำให้ไม่มีความเสี่ยงหรือมีความเสี่ยงน้อยมากกับสิ่งที่ตนเองไม่รู้ในอนาคต ผู้ประกอบการที่นำทรัพย์สินของครอบครัวมาลงทุนดำเนินการสามารถกำหนดได้ว่าจะนำทรัพย์สินส่วนไหนมาเริ่มลงทุนในช่วงแรกที่ตนเองยอมรับความเสี่ยงได้หากธุรกิจประสบความสำเร็จและหากธุรกิจดำเนินไปด้วยดีก็ขยายกิจการด้วยการนำทรัพย์สินส่วนอื่นมาลงทุนเพิ่มไปเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการนำทรัพย์สินจำนวนมากเข้ามาผูกพันในการเริ่มกิจการ ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ครอบครัวไม่ได้ดำเนินการนี้มาก่อนไม่มีทรัพย์สินของครอบครัวเพื่อมาลงทุนมีแต่ความมุ่งมั่น ต้องการที่จะทำธุรกิจนี้จะเริ่มประเมินตนเองและวางแผนธุรกิจลงทุนในจำนวนที่ตนเองสามารถแบกรับความเสี่ยงได้ ดังนั้นแนวโน้มของจำนวนการกู้ยืมที่สามารถทำได้จะเป็นไปตามความสามารถที่ผู้ประกอบการจะรับผิดชอบได้อยู่แล้วนั่นเอง

ผู้ประกอบการธุรกิจบุติกโฮเต็ลยอดนิมควรเลือกผู้ประกอบการรุ่นต่อไปที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง มีความรู้และให้ความสำคัญนวัตกรรมสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้อีกทั้งต้องมีวุฒิภาวะทางด้านอารมณ์ มีความหนักแน่น มั่นคงไม่หวั่นไหวต่อสถานการณ์รอบข้าง ไม่จำเป็นต้องเน้นความเป็นนักการตลาดที่มุ่งมั่น ให้ความสำคัญกับการแข่งขันในตลาด รวมถึงการนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จด้วยการลงทุนในความเสี่ยงต่าง ๆ

5.1.2.2 ลักษณะภูมิความรู้ความชำนาญ

ลักษณะภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมที่ได้อันดับ 1 จาก Thailand Boutique Awards 2011 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.33) สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จากการสัมภาษณ์พบว่าในจำนวนนี้ร้อยละ 71.42 จบการศึกษาในระดับปริญญาโท อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มาจากครอบครัวซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ ย่อมต้องการให้ทายาทรุ่นต่อไปเป็นผู้สืบทอดกิจการของครอบครัว ประกอบกับไม่เดือนร้อนในเรื่องการเงิน ดังนั้นเมื่อสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้วย่อมส่งเสริมให้ทายาทได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นโดยเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนธุรกิจของตนเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับช่วงต่อกิจการ ผู้ประกอบการที่ยังมีเวลาก่อนการเข้ารับช่วงบริหารหรือยังไม่แน่ใจว่าธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการจะศึกษาต่อในด้านที่ตนเองสนใจซึ่งการศึกษาต่อนั้นไม่ว่าจะด้านไหนย่อมเกิดองค์ความรู้และสามารถนำมาใช้ในการประกอบกิจการทั้งสิ้น เพราะผู้ประกอบการคือเจ้าของกิจการที่ต้องรับผิดชอบกิจการในทุก ๆ มิติ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการศึกษาเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการศึกษาระดับปริญญาตรีกลายเป็นการศึกษาพื้นฐานที่ทุกคนต้องได้รับเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพหรือใช้เป็นใบเบิกทางเพื่อสมัครเข้าทำงาน เห็นได้จากข้อกำหนดคุณสมบัติการรับพนักงานในองค์กรส่วนใหญ่กำหนดการศึกษาขั้นต่ำไว้ที่ระดับปริญญาตรี ยกเว้นงานที่ต้องการความสามารถพิเศษด้านการฝีมือ ดังนั้นผู้ประกอบการควรได้รับการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ทั้งนี้นอกจากความรู้ที่ได้รับเพิ่มเติมจากการศึกษาในตำราแล้ว ยังได้เรียนรู้วิวัฒนาการใหม่ ๆ อันเป็นประโยชน์ในการต่อยอดธุรกิจ การศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ายังเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการได้รู้จักผู้คนจากหลายอาชีพซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลางขึ้นไปถึงเจ้าของกิจการ เป็นโอกาสอันดียิ่งในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงช่องทางในการขยายกิจการของตนเอง

สอดคล้องกับสุมาลี สังข์ศรี (2544) ที่กล่าวว่า การศึกษาตลอดชีวิต หมายถึง ภาพรวมของการศึกษาทุกประเภทที่เกิดขึ้นตลอดชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งพัฒนาบุคคลให้ปรับตัวเข้ากับความเปลี่ยนแปลงในทุกช่วงชีวิตของบุคคลและพัฒนาต่อเนื่องไปให้เต็มศักยภาพของแต่ละบุคคล การศึกษาตลอดชีวิตครอบคลุมการศึกษาทุกรูปแบบ ทุกวัย ทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียน การศึกษานอกระบบโรงเรียน และการศึกษาแบบไม่เป็นทางการจากทุกแหล่งความรู้ ในชุมชนและสังคม และเกิดขึ้นได้ทุกที่ โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ การศึกษาตลอดชีวิตเป็นการศึกษาที่สัมพันธ์กับชีวิตและผสมผสานกลมกลืนกับการดำเนินชีวิตของบุคคล อีกทั้งการศึกษามีความจำเป็นต่อชีวิตมนุษย์ทุกช่วงอายุ เพราะมนุษย์ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่ความเปลี่ยนแปลงซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่และ

การดำเนินชีวิตเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่บุคคลจะใช้ความรู้เฉพาะที่สะสมมาในวัยเรียนมาช่วยได้ (สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, 2558, น. 54-67)

นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีภูมิความรู้ความชำนาญด้านความชำนาญในวิชาชีพ 1-10 ปี อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในบริษัทเอกชนมากกว่า 10 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นส่วนใหญ่ สนับสนุนส่งเสริม และต่อยอดความรู้เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการสะสมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่รับช่วงดำเนินธุรกิจต่อจากบรรพบุรุษ ทำให้มีโอกาสได้เรียนรู้งาน ฝึกฝน ลงมือปฏิบัติ และทำงานจริงกับบรรพบุรุษรุ่นก่อนหน้า ผู้ดำเนินกิจการก่อนผู้ประกอบการรับช่วงต่อมานั่นเอง

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรได้รับการเรียนรู้ ฝึกฝนหาประสบการณ์จากการลงมือทำงานจริงหลังจบการศึกษา เพราะหลังการสะสม บ่มเพาะความชำนาญงานในด้านนี้ ทำให้ช่วงอายุของผู้ประกอบการเข้าสู่วัยทำงาน ขึ้นการวางรากฐาน (Establishment Stage) พร้อมนำพาธุรกิจให้ดำเนินไปด้วยความมั่นคง ประสบผลสำเร็จเข้าสู่ขั้นการดำรงรักษา (Maintain Stage) สอดคล้องกับเรื่องวงจรชีวิตการทำงานของซูเปอร์ (Super, 1957, pp. 71-73) และประดิษฐ์ ชาสมบัติ และคณะ (2531, น. 82-102) ที่พบว่าผู้ประกอบการตัดสินใจเริ่มกิจการจากความรู้ความชำนาญที่ได้สะสมจากการทำงานมานานมากกว่าจากการศึกษาในสถาบันการศึกษา

รวมทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีภูมิความรู้ความชำนาญด้านประสบการณ์ในการบริหาร 1-10 ปี อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ถูกวางตัวให้เป็นผู้สืบทอดธุรกิจของครอบครัว ในฐานะเจ้าของกิจการทำให้ได้มีโอกาสเรียนรู้งานในตำแหน่งผู้บริหาร ตั้งแต่อายุน้อย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ออกไปทำงานหาประสบการณ์ในบริษัทเอกชนด้วยอายุการทำงานที่มากขึ้น ประกอบกับระดับการศึกษาปริญญาโทย่อมได้รับการเลื่อนขั้นหรือได้รับความไว้วาง ให้ทำงานในระดับบริหาร สอดคล้องกับการศึกษาของคูเปอร์ และดันเคิลเบิร์ก (Cooper & Dunkelberg, 1981, p. 211) พบว่าทักษะการเป็นหัวหน้างาน และผู้บริหารระดับสูงเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรได้รับการสะสมประสบการณ์งานบริหาร การก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ เป็นผู้กุมบังเหียนธุรกิจ เป็นผู้รับผิดชอบ วางแผนและตัดสินใจในทุกอย่างของธุรกิจ การผ่านงานบริหารจะช่วยให้เกิดมุมมองจากประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการความเสี่ยง ป้องกันการเกิดปัญหา และสามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจที่รัดกุมได้ การเลือกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรเลือกผู้ที่ผ่านงานบริหารมาแล้ว หรือต้องได้รับการอบรมด้านการบริหาร

5.1.2.3 ลักษณะรูปแบบการคิด

ลักษณะรูปแบบการคิดสำหรับการวิจัยนี้มี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการคิดแบบใช้เหตุผล และรูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ ผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีรูปแบบการคิดทั้ง 2 แบบ แต่ละผู้ประกอบการจะมีแนวโน้มเลือกใช้รูปแบบการคิดแบบใดแบบหนึ่งเสมอ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเอนด์ยอดนิยมที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 มีการใช้รูปแบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (ร้อยละ 53.33) และมีการใช้รูปแบบการคิดแบบใช้เหตุผล (ร้อยละ 46.67) การที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการใช้รูปแบบการคิดแบบมีประสบการณ์มากกว่าอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่รับช่วงธุรกิจครอบครัวซึ่งตนเองมีความคุ้นเคย เป็นการสั่งสมประสบการณ์ในธุรกิจนั้นมาก่อน รวมถึงประสบการณ์จากการทำงาน การผ่านงานการเป็นผู้บริหารก่อนเข้าทำธุรกิจปัจจุบัน เมื่อต้องเผชิญกับสถานะที่ต้องการการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้าเงินธุรกิจ หรือการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ผู้ประกอบการจะมีแนวโน้มในการนำความรู้และประสบการณ์ในอดีตที่ตนมีอยู่แล้วมาปรับใช้ในงานปัจจุบัน

สอดคล้องกับที่ไพฑูรย์ สีนลารัตน์และคณะ (2558) ที่กล่าวว่าคนเรามีพื้นความรู้และประสบการณ์เดิมในชีวิตที่แตกต่างกัน เมื่อได้พบและสัมผัสสิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ บุคคล เรื่องราว สิ่งของ สถานะต่าง ๆ แต่ละคนจึงคิดและเกิดความรู้แตกต่างกันไป ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้และความเคยชิน ทำให้คนบางคน คิดนึกไปในทางที่ดีงามและบางคนคิดนึกไปในทางเลวร้าย (ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ และคณะ, 2558, น. 34) ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจงานบริการที่ต้องตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้า สถานการณ์ที่ไม่คาดคิดจึงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ปัญหาเฉพาะหน้า จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขทันที ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว ฉับพลันดังนั้นการนำประสบการณ์เดิมมาประยุกต์ใช้จึงช่วยให้รับมือกับปัญหาเร่งด่วนเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีสอดคล้องกับการศึกษาของเอปสไตน์ (Epstein, 1999, p. 167-170) ที่ศึกษาพบว่าระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์ (Experiential System) เป็นระบบที่จัดการต่อข้อมูลต่าง ๆ อย่างอัตโนมัติ ใช้สัญชาตญาณ และการแสดงออกด้วยท่าทาง บุคคลที่มีแนวโน้มใช้ระบบการคิดแบบใช้ประสบการณ์จะเชื่อโดยปราศจากพื้นฐานความเป็นจริง จะใช้สัญชาตญาณเป็นตัวนำความคิดหรือการตัดสินใจ และจะมองสิ่งต่าง ๆ ตามกรอบความคิดเดิมที่เคยได้รับประสบการณ์นั้นมาใช้กับเหตุการณ์ปัจจุบัน

ทั้งนี้ในภาวะการณ์ที่ไม่เร่งรีบไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจมาก ๆ ผู้ประกอบการต้องใช้ความระมัดระวังในการตัดสินใจ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลซึ่งเป็นระบบที่ให้ความสนใจกับข้อมูล และการวิเคราะห์ ไพฑูรย์ สีนลารัตน์กล่าวว่า ลักษณะการคิดอย่างมีเหตุผลสามารถอธิบายและพิจารณาเรื่องที่ได้ด้วยหลักของเหตุผล มีวิธีคิด 2 แบบคือ 1) คิดจากหลักทั่วไปไปสู่ข้อเท็จจริงย่อย ๆ 2) คิดจากข้อเท็จจริงย่อย ๆ ไปสู่หลักการทั่วไป ผู้ประกอบการสามารถใช้หลักการ

คิดอย่างไร อย่างหนึ่งหรือทั้ง 2 มาพิจารณาเรื่องที่คิด (ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ และคณะ, 2558, น. 64) อีกทั้งลักษณะเด่นของคนที่มีแนวโน้มใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลจะเป็นคนที่มีความคิดดี หลีกเลียงการปฏิเสธ สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมองสิ่งต่าง ๆ ด้วยความเป็นจริง (Epstein, 1999, pp. 167-170)

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลยอดเยี่ยมควรเลือกหรือเตรียมผู้ประกอบการรุ่นต่อไปที่มีรูปแบบการคิดที่ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ สามารถนำประสบการณ์ที่มีมาปรับใช้เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ หรือแสวงหาข้อมูล ความรู้เพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของตน ไม่ได้ยึดติดกับบุคคล หรือแนวทางใด แนวทางหนึ่ง

5.1.3 ส่วนที่ 3 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 พบว่า

1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67) อาจเนื่องมาจากบูติกโฮเต็ลเป็นที่พักขนาดกลาง และเล็ก ขายความโดดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นตัวของตัวเอง เรียบง่าย เสมือนอยู่บ้านไม่หรูหราสะดุดตา หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากเหมือนโรงแรมสมัยใหม่ขนาดใหญ่ จึงเป็นที่ชื่นชอบของผู้ใช้บริการเพศหญิงมากกว่า

2) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี (ร้อยละ 67) และมีสถานะภาพเป็นโสด (ร้อยละ 52) อาจเนื่องมาผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในวงจรชีวิต ชั้นแสวงหา ถึงขั้นวางรากฐาน จึงนิยมเลือกพักในบูติกโฮเต็ลที่มีความหลากหลาย บูติกโฮเต็ลเป็นโรงแรมทางเลือกที่ตอบสนองนักเดินทางรุ่นใหม่ ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่าง(สุภัทธา สุขชู, 2547)

3) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 70) ประกอบอาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 54) เข้าพักเพื่อการท่องเที่ยว (ร้อยละ 89) โดยมีระยะเวลาที่เข้าพักน้อยกว่า 7 วัน (ร้อยละ 89) อาจเนื่องจากหลังจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ใช้บริการต้องการใช้ชีวิตอิสระท่องเที่ยวประสบการณ์หลังก้าวออกจากโลกแห่งการศึกษา ก่อนก้าวเข้าสู่วัยทำงาน ผู้ใช้บริการที่ทำงานในบริษัทเอกชนมีความพร้อมด้านอาชีพและรายได้ การตัดสินใจท่องเที่ยวจึงทำได้ง่าย โดยระยะเวลาเข้าพักน้อยกว่า 7 วัน อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีภาระความรับผิดชอบต่องานไม่สามารถละทิ้งไปได้เป็นเวลานาน ประกอบกับความต้องการแสวงหาประสบการณ์ที่หลากหลายจึงไม่ใช้เวลาพักอยู่ที่ใด ที่หนึ่งเป็นเวลานาน แต่จะเลือกเข้าพักให้ได้หลายโรงแรมมากกว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 ควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเพศหญิง จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก หรือตกแต่ง สถานที่ที่เอื้อให้เกิดความพึงพอใจหรือตอบสนองความพึงพอใจของเพศหญิง ในด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ควรเลือกสื่อที่เป็นที่นิยมของเพศหญิง ควรเน้นกลุ่มท่องเที่ยวที่เข้าพักในระยะเวลาสั้น ๆ โดยอาจนำเสนอเป็นแพคเกจเพื่อนดึงให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการให้ยาวขึ้น

5.1.4 ส่วนที่ 4 ลักษณะการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

ลักษณะการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 4.00 3.53 และ 3.82 คะแนน ตามลำดับ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการบูติกโฮเต็ลยอดนิยม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการจัดไว้บริการ เช่น ห้องพักที่ตกแต่งในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความสะอาดเรียบง่ายแต่แฝงไว้ด้วยกลิ่นไอของความหรูหราที่ผู้ใช้บริการรู้สึกเสมือนตนเองเป็นบุคคลพิเศษที่ได้เข้าพัก รวมถึงบริเวณโดยรอบที่เป็นส่วนกลางแต่มีความเป็นส่วนตัว ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์เตือนที่ทำให้เกิดความรู้สึก สะดวกสบาย ปลอดภัย เอกสารข้อมูลรายละเอียดที่น่าสนใจและจำเป็นในการท่องเที่ยว โปรโมชั่นของโรงแรมทำให้ผู้บริการสัมผัสได้ถึงความเอาใจใส่ต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถให้บริการได้ตรงตามที่ผู้บริการคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง เช่น การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามที่ได้ระบุไว้ในโปรซัวร์หรือที่ได้โฆษณาทางการตลาดไว้แน่นอน ผู้บริการที่มาใช้บริการเป็นครั้งแรกย่อมจินตนาการ และคาดหวังตามข้อมูลข่าวสารที่ตนเองได้รับจนตัดสินใจมาใช้บริการ ส่วนผู้บริการที่เคยเข้าพักแล้วและกลับมาพักอีกแสดงว่าการรับรู้การให้บริการนั้น ๆ มีความสม่ำเสมอเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าทุกครั้งที่มาใช้บริการทำให้ตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีก

คุณภาพการบริการเป็นความรู้สึกที่ผู้บริการได้รับจากการบริการที่ผู้ให้บริการส่งมอบอันเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการกับสิ่งที่ได้รับบริการจริง หากเป็นไปตามที่คาดหวังก็จะเกิดความพอใจ แต่หากได้รับการบริการเกินความคาดหวังผู้บริการจะเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดความประทับใจในการบริการ การบริการที่สม่ำเสมอจนเป็นที่ประทับใจย่อมมาจากพนักงานที่มีใจบริการ (Service Mind)

นอกจากนี้ผู้บริการยังมีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 คะแนน

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการบูติกโฮเต็ลยอดนิยมในด้านความรวดเร็ว และทั่วถึงในการตอบสนองความต้องการของผู้บริการนั้นยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบูติกโฮเต็ลเน้นการบริการที่เป็นกันเอง ใส่ใจในรายละเอียด ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงลงไปของแต่ละผู้บริการ เช่น ลูกค้าสั่งอาหารเหมือนกัน แต่รสชาติต่างกัน

จำเป็นต้องใช้เวลาในการปรุงอาหารเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนความแตกต่างนั้น เป็นต้น จึงเป็นไปได้ที่ การรับรู้การให้บริการด้านนี้จึงยังไม่มากพอเปรียบเทียบกับความพึงพอใจด้านอื่น ๆ

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบุติกโฮเต็ล ควรคัดสรรบุคลากรที่เหมาะสม อบรมให้ เกิดความรู้ พัฒนาจนเกิดทักษะความชำนาญ มีความเข้าใจในการบริการอย่างแท้จริงจนสามารถนำส่ง การบริการจากใจด้วยกิริยา มารยาทสุภาพ นุ่มนวล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่าตนจะได้รับบริการ ที่ดีที่สุดรวมถึงการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจที่มีความเฉพาะพิเศษ แตกต่างกันไปของ แต่ละบุคคล และควรให้ความสำคัญ หาแนวทางการแก้ไข อาจสร้างแผนไว้รองรับในสถานการณ์ที่มี ความต้องการบริการด้านนี้สูง ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจ เกิดความชำนาญอย่างถ่องแท้ ว่าแต่ละคนจะต้องปฏิบัติอย่างไรให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในเวลานั้นได้

5.1.5 ส่วนที่ 5 อภิปรายสมมติฐาน

ผลจากการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ รูปแบบการคิด และการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการดังนี้

5.1.5.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ

(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 1

จากผลการวิจัยพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวก กับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ (ยอมรับสมมติฐานที่ 1 บางส่วน) โดยพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความมีนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .566, p < .05$) และพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .516, p < .05$) บุคลิกการประกอบการด้านอื่น ไม่พบความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ

(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 1

จากผลการวิจัยบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมและด้าน ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้ บริการด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่มา ประยุกต์ให้เข้ากับบริการเสนอต่อผู้ใช้บริการ ในยุคปัจจุบันสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เครื่องมือ สื่อสาร ช่องทางการติดต่อที่มากมายกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตที่บุคคลต้องมี ต้องใช้ เพราะความสะดวก รวดเร็วเข้าถึงได้ง่าย ถึงแม้บุติกโฮเต็ลจะเป็นโรงแรมที่เน้นแนวอนุรักษ์นิยม ในแบบเรียบง่าย ไม่หรูหรา ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอบริการด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างกลมกลืน แข่งขันในตลาดได้ เช่น

การสร้างเว็บไซต์ของโรงแรมเป็นช่องทางที่ลูกค้าจากทั่วโลกเข้าถึงข้อมูลได้อย่าง ง่ายภายในเวลาเดียวกัน ผู้ประกอบการยังใช้เป็นช่องทางทำการตลาด โฆษณาหรือสื่อสารบริการใหม่ ๆ นำเสนอลูกค้าได้ทันต่อ เหตุการณ์และยังสามารถเปลี่ยนแปลงพัฒนาให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา การบริการ สำรองห้องพักพร้อม การจ่ายเงินแบบออนไลน์ก็เป็นอีกช่องทางที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเพราะผู้ใช้ บริการสามารถ บริหารจัดการด้วยตัวเองได้ตลอดเวลาแม้ยามค่ำคืนที่ว่างจากภาระกิจประจำวัน การจัด ให้บริการสัญญาณ อินเทอร์เน็ตในบริเวณโรงแรมที่จำกัดสถานที่เฉพาะบางจุด หรือมีให้บริการทั่วทุกจุด ในโรงแรมกลายเป็น จุดขายที่ผู้ใช้บริการบางรายนำไปเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเข้าพักหรือไม่ บูติกโฮเต็ล เป็นโรงแรม ขนาดเล็กถึงกลางการจัดให้มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ทั่วทั้งโรงแรมจึงไม่ใช่เรื่องยากรวมถึงการจัดตั้ง เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนกลางไว้บริการและต้นทุนไม่สูงมาก

ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการยังนำเครื่องมืออุปกรณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ สะดวกสบายเข้าถึงได้ง่ายเช่น การติดตั้งเครื่องซักผ้า เครื่องอบผ้าหยอดเหรียญในโรงแรม นำเครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ มาช่วยในการรับและสั่งอาหารสร้างความรวดเร็ว แม่นยำและควบคุมได้เป็นการตอบสนอง ความพึงพอใจในด้านความรวดเร็ว และทั่วถึงในการบริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูมาพร โพธิ์ไชยะ (2554, น. 187) ที่ศึกษาพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวก กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งงานวิจัยของอรณา ชัยสุขสังข์ (2554, น. 133) ที่ศึกษา ผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเมืองพัทยาพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เช่นเดียวกับรอชิตา เฉลิมไทย (2552, น. 141-142) ที่ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระในเขตชะอำและเขตหัวหินพบว่าผู้ประกอบการด้าน ความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ อีกทั้ง แลมบิงและคูอล (Lambing, & Kuehl, 2003, p. 27) ที่กล่าวว่าความคิดเชิงนวัตกรรมเป็นจุดรวมและเป็นคุณลักษณะที่ สำคัญของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยนี้ยังพบบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวใน การแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ แสดงว่าผู้ประกอบการมีความต้องการในการแข่งขัน พยายามเป็นผู้นำคู่แข่งทางธุรกิจในตลาดตลอดเวลา ด้วยความกล้าหาญทางนวัตกรรมผสมผสานกลับเอกลักษณ์อันโดดเด่นของบูติกโฮเต็ลเต็มเต็มความพร้อม ในการบริการรอส่งมอบด้วยความเต็มใจไปยังผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการบริการได้ง่าย ได้รับ การตอบสนองที่สะดวก รวดเร็ว

สำหรับบุคลิกการประกอบการด้านอื่นไม่พบความสัมพันธ์กับการรับรู้ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและ ใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ

ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ตามวิวัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและเป็นที่ต้องการในปัจจุบัน ธุรกิจที่สร้างได้ดีอยู่แล้วจำเป็นต้องรักษาให้ได้ดีเหมือนเดิมและต้องพัฒนาให้ดีขึ้นด้วย การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็วนี้มาปรับให้เข้ากับเอกลักษณ์ของบุคลิกไฮเทคของตนเองอย่างกลมกลืนนำเสนอเป็นบริการที่ตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ตรงตามความต้องการมากกว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าและสามารถแข่งขัน เสริมสร้างความเป็นผู้นำคู่แข่งทางธุรกิจในตลาดได้ตลอดเวลา

5.1.5.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 2

จากการวิจัยพบว่าภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ (ปฏิเสธสมมติฐาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 2

จากการวิจัยพบว่าภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ในด้านระยะเวลาในการศึกษาอาจเป็นเพราะปัจจุบันเราให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าของการศึกษามากขึ้น มีการรณรงค์ทั้งจากภาครัฐ และองค์กรเอกชน หรือความร่วมมือ ของภาครัฐกับองค์กรเอกชนหรือระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ หรือองค์กรเอกชนกับองค์กรเอกชนด้วยกัน หลายปีที่ผ่านมามององค์กรเอกชนหลายแห่งได้กำหนดคุณสมบัติการรับพนักงานใหม่ว่าต้องสำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อยรวมถึงมีการปรับเพิ่มผลตอบแทนให้พนักงานที่มีความพยายามศึกษา ต่อจนสำเร็จการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นกว่าเดิมโดยไม่กระทบกับงานที่รับผิดชอบอีกทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ทำให้การศึกษาเข้าถึงได้ง่ายกว่าสมัยก่อน บุคคลจึงมีโอกาสในการศึกษาและแรงจูงใจให้ศึกษามากขึ้น

ผู้ประกอบการในปัจจุบันอาจมีระยะเวลาในการศึกษามากกว่าผู้ประกอบการรุ่นก่อน ๆ สามารถนำความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ที่แสวงหาความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย สอดคล้องกับพนม พงษ์ไพบูลย์ (ม.ป.ป., online) ที่กล่าวว่าการศึกษาคือการสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถมีทักษะ พื้นฐานที่จำเป็นมีลักษณะนิสัยจิตใจ ที่ดีงาม มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อตนเองและสังคม มีความพร้อมที่จะ ประกอบการงานอาชีพได้ การศึกษาช่วยให้คนเจริญอกงาม ทั้งทางปัญญา จิตใจ ร่างกาย และสังคม การศึกษาจึงเป็นความจำเป็น ของชีวิตอีกประการหนึ่ง นอกเหนือจากความจำเป็น ด้านที่อยู่อาศัย อาหารเครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค การศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต เป็นปัจจัยที่จะช่วยแก้ปัญหาทุก ๆ ด้านของชีวิตและเป็นปัจจัย ที่สำคัญที่สุดของชีวิตในโลกที่มีกระแสความเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่อวิถีดำรงชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงเป็นเรื่องปกติที่ปัจจุบันคนเรา ต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาไม่เฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจบุคลิกไฮเทคเท่านั้น

สำหรับภูมิความรู้ความชำนาญด้านความชำนาญในงาน และด้านประสบการณ์ในการบริหารอาคารสถานที่ได้ว่าผู้ประกอบการที่ผ่านการทำงานมาก่อนมีความชำนาญ มีประสบการณ์ในการทำงานรวมถึงประสบการณ์ในการบริหารจัดการแม้ได้นำความชำนาญและประสบการณ์นั้นมาปรับใช้กับธุรกิจบุติกโฮเต็ลของตนแล้วก็ตามไม่ได้มีผลให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ อาจเป็นความเฉพาะตัวของบุติกโฮเต็ลที่อาจต่างจากธุรกิจอื่น ผู้ใช้บริการที่หลงใหลในความเรียบง่ายแบบเป็นกันเองเหมือนอยู่บ้าน มีความเป็นตัวของตัวเอง พิถีพิถันในโลกส่วนตัว รู้ความต้องการของตนเอง จึงตัดสินใจเลือกแบบที่ตนเองชอบ ดังนั้นเมื่อได้เข้าพักในบุติกโฮเต็ลแบบที่ตนเองชื่นชอบ ได้ใช้ชีวิตแบบสบาย ๆ จึงเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่ต้องการสิ่งอื่นมากกว่านั้นจึงไม่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้คุณภาพการบริการจากภูมิความรู้ความชำนาญ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรณา ชัยสุขสังข์ (2554, น. 1) ที่ศึกษาผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเมืองพัทยาพบว่าภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของพิชญา มัชฌิมศรีธธา (2554, น. 127-128) และยุทธนา มุhammadเตาเฮด (2554, น. 109-110) ที่ศึกษาผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งจันทิมา จตุพรเสถียรกุล (2554, น. 146) ที่ศึกษาผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่าภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

แม้การศึกษานี้จะไม่พบความสัมพันธ์ทางบวกของภูมิความรู้ความชำนาญกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการศึกษา และการสะสมความชำนาญในงาน และประสบการณ์บริหารอันเป็นประโยชน์โดยตรงในการนำมาพัฒนาต่อยอดธุรกิจที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

5.1.5.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 รูปแบบการคิดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 3

จากการวิจัยพบว่ารูปแบบการคิดไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ (ปฏิเสธสมมติฐาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 3

จากผลการวิจัยรูปแบบการคิดไม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีรูปแบบการคิดทั้ง 2 แบบแต่จะเลือกใช้รูปแบบการคิดที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น เช่น ใช้รูปแบบการคิดเชิงประสบการณ์ในสถานการณ์ฉุกเฉินที่ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างเร่งด่วนเพื่อจัดการเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแบบไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าให้เรียบร้อย เกิดความเสียหายน้อยที่สุด ณ.เวลาเร่งด่วนเช่นนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการเคยประสบมาในอดีต

จะทำให้ตัดสินใจได้เร็วซึ่งผลลัพธ์ที่ดีที่สุดส่วนใหญ่คือเสมอตัว หรือเสียหายน้อยที่สุด ในสถานการณ์ที่ไม่เร่งด่วนส่วนใหญ่จะส่งผลต่อธุรกิจมาก เช่นการตัดสินใจลงทุนขยายกิจการ การนำเสนอบริการใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ ซึ่งต้องการความระมัดระวัง ไตร่ตรองให้ดีกว่าตัดสินใจเพราะผลลัพธ์ที่ได้อาจเป็นเครื่องชี้ชะตาว่าองค์กรจะอยู่ต่อไปได้หรือไม่ ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ประกอบการจะใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผล หาข้อมูลประกอบ ทำการวิเคราะห์ และศึกษาถึงผลดี ผลเสียที่อาจเกิดขึ้นอย่างระมัดระวังซึ่งผลลัพธ์ส่วนใหญ่ส่งผลต่อผู้ประกอบการเอง ดังนั้นผู้รับบริการจึงไม่รับรู้คุณภาพการบริการจากรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการ

สอดคล้องกับสเตอร์นเบิร์ก (Sternberg, 1997, pp.79-98) ที่กล่าวว่ารูปแบบการคิด (Thinking Styles) ไม่ได้หมายถึงความสามารถ (Abilities) แต่หมายถึงแนวโน้มความพอใจในการใช้ความสามารถของแต่ละบุคคล รูปแบบการคิดแตกต่างจากความสามารถ แต่ละบุคคลอาจมีรูปแบบการคิดที่ไปด้วยกันกับความสามารถของเขาหรือไม่ก็ได้ เช่น บุคคลที่มีรูปแบบการคิดในแบบที่เป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ แต่อาจจะไม่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ได้ดี บุคคลที่มีความคิดไม่เข้ากันกับความสามารถจะไม่ก่อให้เกิดความสมหวัง ในทางกลับกันถ้าบุคคลมีรูปแบบการคิดที่ไปด้วยกันกับความสามารถจะสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่พวกเขาอยากจะทำปฏิบัติให้เกิดขึ้นได้จริงและปฏิบัติได้ดีด้วยทำให้เกิดผลงานที่ดีเยี่ยม นอกจากนี้สเตอร์นเบิร์กยังกล่าวว่ารูปแบบการคิดมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามงานและสถานการณ์ บุคคลหนึ่งอาจใช้รูปแบบการคิดหนึ่งในการทำงาน แต่จะใช้รูปแบบการคิดอีกแบบหนึ่งในการดำเนินชีวิตส่วนตัว

ถึงแม้รูปแบบการคิดจะไม่พบความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการ แต่ผลการวิจัยนี้ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้ประกอบการ ตรงที่ธุรกิจบูติกโฮเต็ลเป็นธุรกิจการบริการที่ต้องตอบสนองความพึงพอใจอันหลากหลายหลายของผู้ใช้บริการแต่ละท่าน ปัญหาเฉพาะหน้าอันเกิดจากความไม่พึงพอใจที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการแต่ละท่านนั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รูปแบบการคิดเชิงประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้จึงมีประโยชน์อย่างมากต่อธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการก็ใช้รูปแบบการคิดเชิงเหตุผลด้วยเช่นกัน

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของรูปแบบการคิดกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ จึงถือว่างานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยนำร่องที่หากนักวิจัยยังสนใจในตัวแปรรูปแบบการคิดกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ควรลองศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากขึ้น เพราะการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่มากนัก อาจมีผลให้ไม่พบความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ก็เป็นไปได้

5.1.5.4 สมมติฐานการวิจัยที่ 4 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับ ภูมิความรู้ความชำนาญ

(1) สรุปผลการวิจัยสมมติฐานที่ 4

จากการวิจัยพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับ ภูมิความรู้ความชำนาญ (ปฏิเสธสมมติฐาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(2) อภิปรายผลการวิจัยสมมติฐานที่ 4

จากผลการวิจัยบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ ความชำนาญอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการต้องการความเป็นตัวของตัวเองอยู่แล้วจึงตัดสินใจเข้ามาทำ ธุรกิจด้วยตัวเอง ขณะที่นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ กลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนต้องเรียนรู้และมีไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และเพื่อการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในสังคมได้จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ เองจะละเลยไม่ได้ ต้องให้ความสนใจและจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ ในสถานการณ์ที่จำเป็นผู้ประกอบการต้องกล้าเสี่ยงที่จะลงทุนเพื่อชิงความได้เปรียบจาก คู่แข่ง อีกทั้งต้องมีความหนักแน่น วุฒิภาวะทางอารมณ์ที่มั่นคงไม่หวั่นไหวที่จะหาหนทางนำธุรกิจไปสู่ ความสำเร็จที่วางไว้

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นคุณสมบัติส่วนตัวที่ผู้ประกอบการต้องมี และนำไปใช้ต่อยอดธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องรู้จักเลือกใช้บุคลิกแต่ละด้านตามความเหมาะสมของสถานการณ์ และในเวลาที่เหมาะสม จึงไม่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการศึกษา ความชำนาญในวิชาชีพ และประสบการณ์ ในการบริหาร เพราะผู้ประกอบการได้รับความรู้ และสะสมมาตลอดระยะเวลาการศึกษาของตน ความชำนาญ ในวิชาชีพ และประสบการณ์ในการบริหารได้จากประสบการณ์การทำงานจริงก่อนดำเนินธุรกิจ ไม่ได้ มีอิทธิพลจากความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา จตุพรเสถียรกุล (2554, น. 150) ที่ศึกษาผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่พบความสัมพันธ์ของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและภูมิความรู้ ความชำนาญ

5.1.5.5 สมมติฐานการวิจัยที่ 5 บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับ รูปแบบการคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบ การคิด

(1) สรุปผลการวิจัย (สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6)

จากการวิจัยพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด (ปฏิเสธสมมติฐาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(2) อภิปรายผลการวิจัย (สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6)

จากผลการวิจัยบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการคิด ซึ่งการที่ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและความใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ รวมถึงระยะเวลาในการศึกษา ความชำนาญในวิชาชีพ และประสบการณ์ในการบริหารไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบความคิด อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีการใช้รูปแบบการคิดในการดำเนินธุรกิจที่มีพื้นฐานจากประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเอง และจากการใช้เหตุผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาค้นหามาเอง สอดคล้องกับเอปส์ไตน์ (Epstien, 1999, pp. 474-475) ที่กล่าวว่ารูปแบบการคิดทั้งเชิงเหตุผล และเชิงประสบการณ์นี้มีผลต่อพฤติกรรม ซึ่งทั้ง 2 รูปแบบสามารถเกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง หรือพร้อมกัน การที่ผู้ประกอบการเลือกใช้รูปแบบการคิดแบบใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล ไม่ได้เป็นอิทธิพลมาจากบุคลิกผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน และภูมิความรู้ความชำนาญ 3 ด้านที่กล่าวแล้วข้างต้น

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญกับรูปแบบการคิด จึงถือว่างานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยนำร่องที่หากนักวิจัยยังสนใจในตัวแปรบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดควรลองศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากขึ้น เพราะการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่มากนัก อาจมีผลให้ไม่พบความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ก็เป็นไปได้

5.2 ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจุกติกไฮเต็ล

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และภูมิความรู้ความชำนาญด้านระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ แต่รูปแบบการคิดไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ และพบว่าบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการไม่สามารถร่วมกันทำนายการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ ดังนั้น

1. ผู้ประกอบการควรนำผลการวิจัยดังกล่าวมาวิเคราะห์ประเมินตนเองว่ามีบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการในด้านความมีนวัตกรรมมากน้อยเพียงใด สามารถพัฒนาตนเองในด้านนี้ได้อย่างไรบ้าง

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการศึกษาซึ่งสามารถแสวงหาและเพิ่มพูนได้ตลอดเวลา จากสถานศึกษาหรือแหล่งความรู้ทั้งหลาย เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือหลักสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจัดเพื่อแบ่งปันความรู้ประสบการณ์ของตน โดยเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมรูปแบบต่าง ๆ ผู้ประกอบการควรประเมินว่าการศึกษาของตนอยู่ในระดับใด และสามารถเพิ่มพูนให้มากขึ้นได้อย่างไรบ้าง

3. ลักษณะธุรกิจบูติกโฮเต็ลเป็นธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางและเป็นการสืบทอดธุรกิจจากบรรพบุรุษแบบรุ่นสู่รุ่น ผู้ประกอบการที่วางแผนส่งมอบธุรกิจให้ทายาทรุ่นต่อไปควรเตรียมตัวผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีบุคลิกผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม รวมถึงสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ ผู้ประกอบการที่ต้องการจ้างบุคคลภายนอกเข้ามาดำเนินธุรกิจ หรือเข้ามาช่วยบริหารงาน ควรใช้บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม และระดับการศึกษาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก เพื่อให้ผู้บริหารรุ่นใหม่ได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทันสมัยมาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นกับโรงแรม

4. ด้วยรูปแบบของบูติกโฮเต็ลสิ่งทีโดดเด่นสร้างชื่อเสียงและดึงดูดผู้ใช้บริการให้ตัดสินใจมาใช้บริการทั้งการเข้าใช้บริการครั้งแรกและการกลับมาใช้บริการครั้งต่อ ๆ ไปจนกลายเป็นลูกค้าถาวรคือ ความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในความแตกต่างของโรงแรม ความเรียบง่าย มีสไตล์ ที่ผู้ใช้บริการจะหาได้จากโรงแรมที่เข้าพักเท่านั้นเป็นความชื่นชอบและประทับใจผู้นิยมในรูปแบบบูติกโฮเต็ล ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอาไว้ ทั้งอาคาร สถานที่ รวมถึงสิ่งตกแต่งที่หายากอันอาจจะมีเรื่องราวให้กล่าวถึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่ควรละเลยและสะสมสิ่งเหล่านี้ไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อผู้ประกอบการรุ่นต่อ ๆ ไปจะได้ถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินรอยตาม

5. ผู้ประกอบการควรหาโอกาสในการเข้าใช้บริการของบูติกโฮเต็ลอื่นบ้าง เพื่อโอกาสในการศึกษาคู่แข่งทางธุรกิจ และให้เกิดมุมมองใหม่นำมาพัฒนาโรงแรมของตน รวมถึงความพยายามพาตนเองเข้าสู่สังคมผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะสังคมผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ล ด้วยการเข้าเป็นสมาชิก หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมโรงแรม และสถาบันที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

1. ควรให้การสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้สูงขึ้น การร่วมมือกันของภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ จะทำให้ได้รับการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญทุกฝ่ายในการช่วยกันคิดและสร้างสรรค์หลักสูตรเพื่อการพัฒนาศักยภาพนี้โดยเฉพาะการพัฒนาด้านความมีนวัตกรรม การส่งเสริมอาจทำในรูปการจัดหลักสูตรอบรมฟรี ติดตามให้มีความต่อเนื่องของหลักสูตรรวมถึงการประเมินผลเพื่อการพัฒนาให้ได้หลักสูตรที่เกิดประสิทธิผลสำหรับผู้ประกอบการรุ่นต่อ ๆ ไป

2. ร่วมมือกันจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์และปลูกฝังให้ผู้ประกอบการเห็นคุณค่า และให้ความสำคัญกับการศึกษา ให้ผู้ประกอบการที่เลิควัยการศึกษาภาคปกติไปแล้วได้เกิดมุมมองว่า การศึกษาสามารถเพิ่มพูนอย่างต่อเนื่องได้ตลอดเวลา แหล่งที่มาของความรู้ไม่จำเป็นต้องเป็นสถานศึกษา เช่น โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการสามารถศึกษาหาความรู้ได้จากสิ่งรอบตัว เช่น ผู้ประกอบการรุ่นก่อน คู่แข่งทางธุรกิจ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ พนักงานปฏิบัติการ หรือแม้แต่จากผู้ใช้บริการเอง ควรได้มีการจัดสัมมนาหรือทำคู่มือเพื่อแนะแนวให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึง วิธีการหาความรู้ให้ตนเองได้ตลอดเวลา

3. เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบูติกไฮเต็ล ด้านนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องรวดเร็วตลอดเวลา รวมถึงเป็น แหล่งเรียนรู้เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เข้ามาหาข้อมูลนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง

4. ให้การสนับสนุนทางด้านการตลาดระดับมหภาค การร่วมมือทางการค้าระหว่าง ประเทศโดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นแกนนำ การรวมกลุ่มของประเทศใกล้เคียงในภูมิภาคเดียวกันเพื่อ กำหนดข้อตกลงร่วมกันทางการค้าทั้งการค้าภายในกลุ่ม หรือการค้ากับคู่ค้านอกกลุ่มย่อมอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของภาครัฐ หากในการเจรจา หรือข้อตกลงต่าง ๆ เหล่านี้จะได้ให้โอกาสธุรกิจนี้เปิดตัว เป็นที่รู้จักบ้าง ย่อมเกิดช่องทางการดำเนินธุรกิจให้ผู้ประกอบการสานต่อได้

5.2.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลยอดนิยมน ในประเทศไทยที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 15 ท่าน เท่านั้น ถือเป็น การศึกษานำร่อง ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจบูติกไฮเต็ลกลุ่มอื่นด้วยเพื่อ เปรียบเทียบความแตกต่าง รวมถึงขยายการศึกษาวิจัยไปธุรกิจที่ใกล้เคียงกันด้วย

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาผู้ใช้บริการธุรกิจบูติกไฮเต็ลยอดนิยมนในประเทศไทย ที่ได้รับรางวัล Thailand Boutique Awards 2011 จำนวน 84 ท่าน จากทั้ง 15 แห่ง โดยศึกษาเพื่อทราบ การรับรู้คุณภาพการบริการด้านไหนที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และเนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจ การบริการที่ไม่ใช่เรื่องง่ายในการเข้าถึงข้อมูลเพราะเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องการการพักผ่อน การให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการวิจัยจึงมีไม่มากนักอันเป็นเรื่องปกติ ประกอบกับนโยบาย ของทางโรงแรมที่บางแห่งไม่อนุญาตให้รบกวนผู้ใช้บริการ ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรคำนึงถึงเรื่องนี้ และวางแผนการเก็บข้อมูลในรูปแบบใหม่ ๆ ที่จะได้รับความร่วมมือหรือไม่ต้องรบกวนผู้ใช้บริการมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุด

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าพบผู้ประกอบการ ได้รับฟังแนวคิด การดำเนินธุรกิจ ที่มาของการเริ่มต้นธุรกิจ ตลอดจนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ อันเป็นความรู้ที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งการศึกษาใด ๆ ที่ผู้ประกอบการได้กรุณาอมอบให้ ในการศึกษา

วิจัยครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มเติมจากวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย แม้ต้องใช้เวลาและทุนที่มากขึ้นแต่สิ่งที่ได้รับอาจมีค่ามากกว่ามหาศาล



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- จำลอง เงินดี และคณะ. (2526). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลียว บุรีภักดี. (2527). *แนวโน้มการทำงานของเยาวชนไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ทบวงมหาวิทยาลัยและสมาคมอาเซียน.
- ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์. (2542). *เจ้าของกิจการ*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์อิงค์.
- दनัย เทียมพุ่ม. (2531). *110 ไอเดียจาก 80 ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า
- ทิพวัลย์ สีจันทร์ และคณะ. (2546). *การคิดและการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- เทียนประพันธ์ พันธลิขิต. (2554). *คิดต่างอย่างคนฉลาด! แนวคิดของนักคิด นำทางสู่ความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เบสบู๊ค.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *การบริหารทุนมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธำรงค์ศักดิ์ คงคาสวัสดิ์. (2550). *ทุนมนุษย์ การกำหนดตัวชี้วัดเพื่อพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2538). *มองอนาคต บทวิเคราะห์เพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางการสังคมไทย (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา.
- ประดิษฐ์ ชาสมบัติ และคณะ. (2531). *การประกอบอาชีพส่วนตัวในกรุงเทพมหานคร. ในรายงานผลการสัมมนาระดับชาติ เรื่องการส่งเสริมการทำงานนอกระบบในเมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ และคณะ. (2558). *ศาสตร์การคิด รวมบทความเรื่องการคิดและการสอนคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มยุรี ศรีชัย. (2540). *การวิเคราะห์การถดถอย*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี. เจ. พรินติ้ง.
- ลักขณา สิริวัฒน์. (2549). *การคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2546). *ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม (แนวปฏิบัติและกรณีศึกษา) (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วิทยา ด่านธำรงกุล. (2536). *การตลาดเพื่อการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภาพร มาพบสุข. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2547). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เรา รู้เขา)* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2554). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ศิระ โอภาสพงษ์. (2543). *ทุนมนุษย์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- สำนักงานเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน (2554). *รายงานผลการดำเนินงานโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2544). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาลี สังข์ศรี. (2549). *การศึกษาทางไกล*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุวรี ศิวะแพทย์. (2549). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สุวิธิตา จรุงเกียรติกุล. (2558). *ปรัชญาและมโนทัศน์สังคมแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรพรรณ สมสวัสดิ์. (2552). *บุติกโฮเต็ล ธุรกิจขายฝันเล็ก ๆ ที่คุณเองก็ทำได้* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์ HOW-TO.
- อำนาจ ธีระวนิช. (2549). *ผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา.
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2555). *จิตวิทยาการรู้คิด และปัญญา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2551). *วัฒนธรรมสังคม วัฒนธรรมองค์การและลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพในปี 1996-2008*. กรุงเทพฯ: สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์. (2547). *การบริการเพื่อความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ EDITOR 1999.
- ฮัลโลแรน, เจ. ดับเบิลยู. (2542). *เจ้าของกิจการ (ซุ้คก็๊ จงชนะพิพัฒนา, ผู้แปล)*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 1994).

วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์

- กัญญวัวร์ ณะจันท์. (2552). *บุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาว ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช้อาหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ).
- จริยา ตันติพงษ์อนันต์. (2549). *บุคลิกภาพผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (4-5 ดาว) ประเภทอาหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- จันทิมา จตุพรเสถียรกุล. (2554). *บุคลิกภาพเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- จารุรัศมิ์ ธนุสิงห์ และ วาริษฐ์ มัชฌิมบุรุษรัชต์. (2553). *แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติกกรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ทที่จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา, คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว.
- จุฑาทิพย์ บรรจงชีพ. (2554). *การริเริ่มด้วยตนเอง กลยุทธ์ในการดำเนินงาน ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันประเภท Joint Venture และ Dealer Own Dealer Operate ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมันแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ชินวัตร เชื้อสระคู. (2551). *คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าร้านทรูมูฟ*. (งานวิจัยส่วนบุคคล). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2547). *ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย*. (รายงานการวิจัย) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะมนุษยศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยา.

- ทิพย์ธิดา จินตานนท์. (2554). การริเริ่มด้วยตนเอง ความร่วมมือร่วมใจ ลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ และการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของผู้บริหารระดับกลางในบริษัทโซเดโก้ เฮลธแคร์ ซัพพอร์ท เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทโซเดโก้ ซัพพอร์ท เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด ในส่วนธุรกิจบริการด้านอาหาร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ธานินทร์ สุวงศ์วาร. (2541). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ปาริชาติ บุญยะโรจน์. (2554). รูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- เปรมิกา คล้ายทอง. (2552). อิทธิพลของรูปแบบการคิดที่มีต่อความสัมพันธ์ของความมีมนุษยธรรม บุคลิกภาพทางอารมณ์และความร่วมมือร่วมใจของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในเขตโรงงานสระบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- พัชรินทร์ พิรุณเนตร. (2551). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการคิดสร้างสรรค์ของหัวหน้างาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กับประสิทธิผลของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง จังหวัดสมุทรสาคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- พิชญา มัชฌิมศรีธธา. (2554). บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ ทักษะการจัดการหาทรัพยากรใหม่ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- พิชยาพัชร ภัคจิราภาคย์. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานฝ่ายต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมระดับสามดาวในย่านประตูน้ำ เขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.

- ภาสกร เข้มประเสริฐ. (2545). *การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะวิทยาศาสตร์, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ยุทธนา มุมัดตาเฮต. (2554). *ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ทางธุรกิจ การสื่อสารวิสัยทัศน์และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- รอชิตา เณลิ้มไทย. (2552). *ลักษณะบุคลิกภาพตามแนวทฤษฎีเชาว์อัจฉริยะ ภูมิความรู้ความชำนาญ บุคลิกผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบกิจการของธุรกิจประเภทโรงแรมแบบอิสระในเขตชะอำ และเขตหัวหิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- วรรณภา ฉายาวิวัฒน์. (2554). *รูปแบบความสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญ กับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- วรรณิตย์ อนุสนธิ์. (2548). *ความคิดเห็นของพนักงานในองค์กรธุรกิจแห่งหนึ่งต่อแนวทางการเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์.
- วิรัช วงษ์วีโลวารินทร์. (2546). *การศึกษารูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและย่อมในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- สลักจิต พรหมพ่าย. (2552). *ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ทางธุรกิจภาวะผู้นำแบบบารมี และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมอิสระในเขตชะอำและหัวหิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- สุขุมาล คำขำ. (2554). *ภูมิความรู้ความชำนาญ การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.

- สุนทร อุจจ์ศรี. (2544). *ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดข้าวโพด : กลยุทธ์ในการดำเนินงานและภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม และองค์การ.
- อรการ พุฒิกาสพานิช. (2550). *บุคลิกภาพทางอารมณ์ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความ ชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์ จากสัตว์น้ำ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- อรณา ชัยสุขสังข์. (2554). *บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ การริเริ่มด้วยตนเอง และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเขตเมืองพัทยา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชา จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- อุมาพร โปธิ์ไช้. (2554). *บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ พฤติกรรมการเผชิญ ปัญหา และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.

บทความวารสาร

- จินตนา บุญงการ. (2542). *สำรวจผลงานวิจัยด้านการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก ผู้กำหนดอนาคตของ บัณฑิต*. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 21(79), 53-61.
- นิมิตร นนทพันธ์วาทย์. (2527). *องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม*. *วารสารอุตสาหกรรมสาร*, 27(1), 15-20.
- วรินทร์ บุญยั้ง. (2554). *การพัฒนาทุนมนุษย์ในชุมชน*. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 22(1), 19-33.
- สุพัชรจิต จิตประไพ. (2009). *การสร้างความแตกต่างในธุรกิจบริการด้วยคุณภาพและนวัตกรรม ตอนที่ 1. For Quality*, 16 (142), 48-52.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). *อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ*. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12(46), 39-48

เอกสารประกอบการประชุม

ชวนะ ภวภานันท์ และอุบลวรรณ ภวภานันท์. (2545). SQ (Spiritual Intelligence / Quotient) ในจิตวิทยาในโลกปัจจุบัน. ใน สมาคมจิตวิทยาแห่งประเทศไทย, ณ โรงแรมแม็กซ์ ถนน พระรามเก้า กรุงเทพมหานคร, *การประชุมวิชาการประจำปี* (น. 92-99). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือน มีนาคม 2558*. สืบค้นจาก http://secretary.mots.go.th/strategy/ewt_dl_link.php?nid=1910&filename=index.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555 – 2559*. สืบค้นจาก <http://61.19.236.137/tourism/th/home/detail.php?id=2415>.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *สถานที่พัก โรงแรม และที่พักในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/ที่พัก>.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *การเดินทางมาประเทศไทย และการเดินทางในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/การเดินทาง>.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. *New Released*. สืบค้นจาก <http://www.tatnews.org/index.php/news-releases/news-releases-2012.html>.

ธนาคาร เกียรตินาคิน. (ม.ป.ป.). *คุณภาพการบริการ*. สืบค้นจาก <http://library.kmutnb.ac.th/journal/v004n001/Thai4.html>.

ธนาคาร เกียรตินาคิน. (ม.ป.ป.). *คุณภาพการบริการ*. สืบค้นจาก <http://library.kmutnb.ac.th/journal/v004n001/Thai4.html#222>.

พนม พงษ์ไพบูลย์. (ม.ป.ป.). *การศึกษาคือปัจจัยที่ 5 แห่งชีวิต ตอนที่ 2*. สืบค้นจาก <http://it.kmutnb.ac.th2thai2readnews.asp?id=501>.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *Boutique Hotel: ที่พักรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน*. สืบค้นจาก <http://www.ksmecare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>.

สุภัทธา สุขชู. (2549). *Boutique Hotel Generation โรงแรมบูติก...จากวันวาน ถึงวันนี้*. สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=2507>.

เอมอร กฤษณะรังสรรค์. (ม.ป.ป.). *รูปแบบการคิด (Cognitive Style) และรูปแบบการเรียนรู้ (Learning Style)*. สืบค้นจาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Learning/Cognitive_Style.htm.

Books

- Barringer, B. R. & Ireland, R. D. (2008). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (2nd ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Boom. H. N., & Longenecker, (1971). *Small Business Management* (3rd ed.). New York: South-Western Publishing.
- Byrd, M. J., & Megginson, L. C. (2009). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Cooper A. C., & Dunkelberg, W. C. (1981). A new look at business entry: experiences of 1805 entrepreneurs. In Vesper, K. H. (Ed). *Frontiers of Entrepreneurship Research: The Proceedings of the Babson conference on Entrepreneurship Research Wellesley*. Mass: Babson College.
- Coulter, M. K. (2003). *Entrepreneurship in action* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*. New York: Mentor Book.
- Davenport, Thomas. O. (1999). *Human Capital: What it is and Why People Invest It?* San Francisco, CA: Josey-Bass.
- Eptein, S. (1990). Cognitive-Experiential Self-Thoery. In Pervin, L. A. (Eds.), *Handbook of Personality : Theory and Research*. New York: Guilford Press.
- Eptein, S. (1999). Rational and Experiential Self-Thoery. In Chaiken, S. and Trope, Y. (Eds.), *Dual-Process Theories in Social Psychology*. New York : The Guilford Press.
- Frese, M. (2000). *Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa: A Psychological Approach*. USA: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Frese, M., & de Kruit, M. (2000). Psychological success factors of entrepreneurship in Africa: A selective literature review. In M. Frese (Ed.), *Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach* (pp. 1-30). Westport, CT.: Quorum Books, Greenwood.

- Frese, M., Krauss, S. I., & Friedrich, C. (2000). Microenterprises in Zimbabwe: The Function of Sociodemographic Factors, Psychological Strategies, Personal Initiative, Goal Setting for Entrepreneurial Success. In M. Frese (Ed.). *Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa: A psychological approach* (pp. 103-131). Westport, CT: Quorum Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Sixth edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hirsh, R. D., & Peter, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed.). NY: McGraw-Hall Irwin.
- Lambing, P. A., & Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., & Petty, J. W. (1994). *Small Business Management. Cincinnati*. OH: South Western Publishing.
- Oxford University Press. (1995). *The Oxford English Reference Dictionary*. USA: Awesome Books
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie a., & Berry, Leonard L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer perceptions and expectation*. London: The Free Press.
- Parker, J. C. (1996). *Micro and small-scale enterprises in Zambia: Results of the 1996 Nationwide survey. Report submitted to Overseas Development Administration (ODA)*. London: Fraham Bannock and Partners, Ltd.
- Riding, R. & Rayner, S. (1998). *Cognitive Styles and Learning Strategies: Understanding style difference in learning and behavior*. London : David Fulton.
- Riding, R. (2002). *School Learning and Cognitive Style*. London : David Fulton Publishers.
- Smallbone, D., & Wyer, P. (2000). Growth and development in the small firm. In Carter, S. and James-Evans, D. (Eds.), *Enterprise and Small Business, Prentice Hall, Harlow*. New Jersey: Pearson Education.
- Solso, R. L. (2005). *Cognitive Psychology* (7th ed.). Boston: Pearson/A and B.
- Sternberg, R. J. (1997). *Thinking Style*. USA: Cambridge University.
- Super, E., D. (1957). *The Psychology of Careers: an introduction to vocational Development*. New York. Harper & Row Publishers.

Articles

- Eptein, S., Pacini, R. and Dense-R.V. (1996). Individual Differences in Intuitive Experiential and Analytical-Rational Thinking Styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 390-405
- Van der Sluis, J., Van Praag, C.M., & Vijverberg, W. (2005). Entrepreneurship, selection and performance: A meta-analysis of the role of education. *World Bank Economic Review*, 19(2), 225-261.
- Schultz T. W. (1961). Investments in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Montoro-Sanchez, M. J., Mas-Verdu, F., & Soriano, D. R. (2008). Difference ways of measuring performance in the service industries : application in Spanish small and medium-sized hotel *The Service Industries journal*, 28, 27-36.
- Bates, T. (1990). Entrepreneurs human capital inputs and small business longevity. *Review of economics & Statistics*, 72, 551-559.
- Brandstaetter, H. (1997). Becoming an entrepreneur-a question of personality Structure? *Journal of Economic Psychology*, (18), 157-177.
- Berry. L. L, Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). Improved Service Quality in America: Lessons Learned. *Academy of Management Executive*, 8(2), 32-52.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Electronic Media

- At Siam the right choice the right price. (2555). 40 *โรงแรม Thailand Boutique Awards 2011*. สืบค้นจาก http://www.atsiam.com/articles/article_detail.asp
- Bernard M. Bass. (n.d.). *Transformational leadership*. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Transformational_leadership.
- Pratt, V. (1996). *Sharing business skills in Kenya*. Center for International Private Enterprise. Retrieved from <http://www.cipe.org>.

- Thomas W. Z., Norman M. S., & Doug W. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Retrieved from <http://dfwwebpresence.com/files/FlashDrives/New%20Drive/Classes/MGMT3850%20Entrepreneurship/Essentials%20of%20Entrepreneurship%20and%20Small%20Business%20Management/Frontmatter.pdf>.
- Tracy, B. (2005). *The role of the entrepreneur*. Retrieved from <http://www.entrepreneur.com/startingabusiness/startupbasics/article78478.html>.
- Travel – Manager Online. (2555). *เทรนดี้แรงแห่งยุคสมัยกับสุดยอด “บูติก โฮเต็ล” แห่งปี 54*. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/travel/ViewNews.aspx?>
- Wikipedia. (2016A). *SERVQUAL*. Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/SERVQUAL>.
- Wikipedia. (2016B). *Cognitive style analysis*. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Cognitive_style_analysis#CITEREFRidingCheema1991.
- Wikipedia. (2016C). *Cognitive-Experiential Self Theory*. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Cognitive-Experiential_Self-Theory.
- William H. Davidow, & Bro Uttal. (n.d.). *Total Customer Service: The Ultimate Weapon*. Retrieved from <http://www.davidow.com/bills-books/total-customer-service-the-ultimate-weapon/>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับผู้ประกอบการ)

เรื่อง บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ รูปแบบการคิด (สำหรับผู้ประกอบการ)

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ และแบบสอบถามภูมิความรู้ความชำนาญ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 68 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรูปแบบการคิด จำนวน 33 ข้อ

กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามภูมิความรู้ความชำนาญ

คำชี้แจง: โปรดตอบคำถามต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ซึ่งตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 20 -30 ปี 31 – 40 ปี มากกว่า 40 ปี
3. สถานะภาพ โสด สมรส หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญา ประถม มัธยม
 อาชีวศึกษา อนุปริญญา
5. ระดับการศึกษาปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
6. อาชีพก่อนธุรกิจปัจจุบัน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 อาชีพส่วนตัว
7. ประสบการณ์งานปัจจุบัน 1 - 10 ปี มากกว่า 10 ปี
8. ประสบการณ์งานบริหาร 1 - 10 ปี มากกว่า 10 ปี
9. ประกอบกิจการมาแล้ว 1 – 10 ปี มากกว่า 10 ปี
10. ท่านได้นำประสบการณ์ และความชำนาญในงานเดิมมาใช้ในธุรกิจปัจจุบัน ใช่ ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว กรุณาทำทุกข้อโดยไม่เว้นข้อใดข้อหนึ่ง

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงนิดหน่อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
1.	ท่านจะขายกิจการ หากมีผู้มาขอซื้อกิจการต่อจากท่าน					
2.	ท่านรู้สึกท้อแท้เมื่อต้องเจรจาต่อรอง					
3.	ท่านเชื่อมั่นว่าสามารถเผชิญกับปัญหาที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4.	ในสถานการณ์คับขัน ท่านไม่รู้สึกกดดันและมีความมั่นใจหากท่านต้องตัดสินใจ					
5.	ท่านไม่ชอบการทำงานในองค์กรใหญ่ที่มีกฎ ระเบียบในการปฏิบัติมากมาย					
6.	ท่านต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ มากกว่าลูกจ้างประจำ แม้จะเป็นธุรกิจเล็กก็ตาม					
7.	ท่านศึกษา หาความรู้ สะสมประสบการณ์และความชำนาญเพื่อโอกาสในการทำงานด้วยตนเอง					
8.	หากท่านประกอบกิจการท่านจะจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย แม้จะมีขั้นตอนยุ่งยากมากมาย					
9.	ท่านทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนี้ต้องจดทะเบียนอะไรบ้าง					
10.	ท่านทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนี้มีภาษีประเภทไหนที่ต้องจ่ายชำระ					
11.	ท่านเคยเปลี่ยนแปลงแผนงานที่ได้วางไว้แล้ว					
12.	ท่านจะเสนอตัวเป็นผู้ริเริ่มทันทีแม้ว่าจะไม่มีผู้ใดเสนอ					
13.	ท่านเชื่อว่าความคิดเห็นของท่าน สามารถทำให้เป็นจริงได้เสมอ					
14.	ท่านสนับสนุนพนักงานของท่านให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง และคิดค้นสิ่งใหม่เสมอ					
15.	ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงนำมาซึ่งสิ่งที่ดีกว่าเสมอ					
16.	ทุกครั้งท่านจะพัฒนาสินค้าหรือบริการของท่านให้รองรับหรือเข้ากันได้กับเทคโนโลยีใหม่ ที่ออกสู่ตลาดและเป็นที่ยอมรับ					
17.	ท่านมักจะใช้ความรู้ ความชำนาญในธุรกิจของท่านคิดค้นและ ออกแบบ สินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากเดิมนำเสนอลูกค้า					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงนิดหน่อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
18.	ข้าพเจ้าไม่ต้องการเสี่ยงในการเลือกงานหรือบริษัทที่จะทำงานด้วย					
19.	ข้าพเจ้าชอบงานที่มีความเสี่ยงน้อยมั่นคงได้เงินเดือนปกติมากกว่างานที่มีความเสี่ยงสูงแต่ได้รับผลตอบแทนมากกว่า					
20.	ข้าพเจ้าชอบทำงานที่รู้อยู่แล้วว่ามีปัญหาอะไรอยู่บ้าง มากกว่าการเสี่ยงทำงานที่ไม่รู้ว่าจะมีปัญหาอะไรเกิดขึ้น แม้จะได้รับผลตอบแทนมากกว่า					
21.	ข้าพเจ้ามองว่าการเสี่ยงในการทำงานเป็นเรื่องที่จะต้องหลีกเลี่ยงในทุกกรณี					
22.	โดยทั่วไปข้าพเจ้าไม่มีโอกาสที่จะปกป้องผลประโยชน์ของตนเองจากโชคร้ายที่เกิดขึ้น					
23.	ข้าพเจ้าไม่วางแผนในระยะยาวเกินไป เพราะหลายสิ่งหลายอย่างขึ้นอยู่กับโชคชะตา					
24.	ชีวิตข้าพเจ้าถูกควบคุมโดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด					
25.	ท่านคิดว่าคู่แข่งทางธุรกิจของท่านคือเพื่อนทางธุรกิจมากกว่าเป็นคู่แข่งชั้น					
26.	ท่านพอใจกับการเติบโตทางธุรกิจในปัจจุบันของท่าน					
27.	ปัจจุบันท่านคิดยังมีช่องว่างอยู่ในธุรกิจของท่าน					
28.	ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันกับท่านมีการสร้างเครือข่ายที่สนับสนุนทางธุรกิจซึ่งกันและกัน					
29.	ท่านสร้างหรือมีแผนจะสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของท่านเพื่ออำนาจในการควบคุมตลาดแต่เพียงผู้เดียว					
30.	ท่านคิดว่าสินค้าหรือบริการของท่านไม่มีใครเลียนแบบได้					
31.	ท่านคิดว่าสินค้าหรือบริการของท่านไม่มีคู่แข่งในตลาด					
32.	ท่านผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ที่ยังไม่มีใครนำเสนอในตลาดได้ก่อนคู่แข่งเสมอ					
33.	ข้าพเจ้ารู้วิธีแก้ไขโดยทันทีที่ทำผิดพลาด					
34.	เมื่อทำงานผิด ข้าพเจ้าทำการแก้ไขโดยทันที					
35.	ถ้าข้อผิดพลาดมีวิธีแก้ไข ข้าพเจ้ามักจะทราบวิธีนั้น					
36.	แม้จะทำงานผิดพลาด ข้าพเจ้าก็ไม่ยอมล้มเลิกเป้าหมาย					
37.	ข้าพเจ้ารู้สึกเครียด เมื่อทำงานผิดพลาด					
38.	ข้าพเจ้ารู้สึกกลัวอยู่บ่อย ๆ ว่าจะทำผิดพลาด					
39.	ข้าพเจ้าจะอารมณ์เสียและโกรธ เมื่อทำงานผิดพลาด					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงนิดหน่อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
40.	ในขณะที่ทำงาน ข้าพเจ้ากังวลว่าอาจทำบางสิ่งบางอย่างผิดพลาด					
41.	ตลอดเวลาที่ท่านศึกษาและหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจของท่าน เช่นข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีใหม่ในการผลิตสินค้าหรือบริการ เป็นต้น					
42.	ท่านหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 1 แห่ง					
43.	ข้าพเจ้าเชื่อมั่นในความสามารถในการแก้ไขปัญหาของตน จึงสามารถดำรงตนในความสงบได้ เมื่อประสบกับความยากลำบาก					
44.	ถ้ามีสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นฉันจะหาทางแก้ไขทันที					
45.	ฉันเผชิญปัญหาอย่างแข็งขัน					
46.	การทำงานเป็นสิ่งที่ฉันจะไม่ทำ					
47.	คนอื่นคิดว่าฉันทำงานหนักมาก					
48.	สมัยเรียนหนังสือคนอื่นคิดว่าฉันขยันมาก					
49.	โดยปกติฉันขยันมาก					
50.	เมื่อฉันทำสิ่งที่ยาก ๆ ฉันล้มเลิกโดยเร็วมาก					
51.	ถ้าฉันไม่บรรลุเป้าหมายและทำงานไม่เสร็จด้วยดีฉันจะทำให้ดีที่สุดต่อไปให้บรรลุเป้าหมาย					
52.	ปกติฉันทำงานมากกว่าที่ฉันตั้งใจไว้มาก					
53.	ท่านพึงพอใจ トラบไคที่ธุรกิจของท่าน ทำให้ตัวท่านและครอบครัวดำรงอยู่ได้					
54.	ท่านต้องการเป็นเจ้าของกิจการอย่างแท้จริง ไม่ต้องการทำงานอื่น					
55.	ท่านต้องการให้ธุรกิจของท่านเติบโตมากเท่าที่จะเป็นไปได้					
56.	ในฐานะที่ท่านเป็นเจ้าของกิจการ ท่านมีความสนใจในสิ่งที่ทำอยู่ปัจจุบัน ท่านไม่ต้องการทำสิ่งอื่นได้อีก					
57.	แม้มีคนขัดขวาง ข้าพเจ้าก็สามารถหาทางที่จะได้ในสิ่งที่ต้องการ					
58.	ท่านจะใช้โอกาสทันทีที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย					
59.	ท่านได้ในสิ่งที่ต้องการ เพราะท่านทำงานหนัก					
60.	ท่านมีการวางแผนกลยุทธ์ครอบคลุมทุกประเด็นของปัญหาทางธุรกิจของท่าน					
61.	ท่านวางแผนกลยุทธ์ครอบคลุมเฉพาะสิ่งที่สำคัญของเป้าหมายทางธุรกิจของท่าน					
62.	ท่านมองหาโอกาสทางธุรกิจตลอดเวลาจากทุกประเด็นที่ท่านไม่ได้วางแผนกลยุทธ์					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงนิดหน่อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
63.	ท่านจะไม่วางแผนกลยุทธ์หรือเป้าหมายธุรกิจไว้ล่วงหน้าแต่จะ.กระทำเมื่อมีบุคคลหรือเหตุการณ์สื่อให้กระทำ					
64.	ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมาผลกำไรของธุรกิจท่านเปลี่ยนแปลงหรือมีแนวโน้ม					
	- สูงขึ้นเป็นเส้นตรงตลอด					
	- ตกลงเป็นเส้นตรงตลอด					
	- มีทั้งสูงขึ้นและตกลงไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลา					
65.	ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจำนวนลูกค้าของธุรกิจท่านเปลี่ยนแปลงหรือมีแนวโน้ม					
	- สูงขึ้นเป็นเส้นตรงตลอด					
	- ตกลงเป็นเส้นตรงตลอด					
	- มีทั้งสูงขึ้นและตกลงไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลา					
66.	ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมายอดขายของธุรกิจท่านเปลี่ยนแปลงหรือมีแนวโน้ม					
	- สูงขึ้นเป็นเส้นตรงตลอด					
	- ตกลงเป็นเส้นตรงตลอด					
	- มีทั้งสูงขึ้นและตกลงไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลา					
67.	ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจำนวนพนักงานของธุรกิจท่านเปลี่ยนแปลงหรือมีแนวโน้ม					
	- ขาดแคลนพนักงาน					
	- พนักงานมีจำนวนมากไป					
	- มีจำนวนพนักงานพอดีกับปริมาณงานตามที่กำหนดไว้					
68.	หากท่านขายกิจการมูลค่าอุปกรณ์ เครื่องจักรของธุรกิจท่านมีแนวโน้มเป็นอย่างไรหากเปรียบเทียบกับมูลค่าที่ลงทุน					
	- มูลค่าสูงขึ้น					
	- มูลค่าลดลง					
	- มูลค่าเท่าเดิม					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรูปแบบการคิด

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อตามความคิดเห็นของท่านให้ตรงกับตัวท่านที่สุด และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง “ตรงมากที่สุด ตรงมาก ปานกลาง ไม่ตรงมาก หรือไม่ตรงมากที่สุด” ในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว กรุณาทำทุกข้อโดยไม่เว้นข้อใดข้อหนึ่ง

ตัวอย่าง

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		ตรงที่สุด	ตรงมาก	ตรงพอประมาณ	ตรงบ้าง	ตรงน้อยมาก
1.	ฉันชอบทำสิ่งที่ต้องใช้ความคิดเพียงเล็กน้อยมากกว่าทำสิ่งที่ต้องใช้ความท้าทายถึงความสามารถทางความคิดของฉัน			✓		

หมายความว่า ท่านชอบทำสิ่งที่ต้องใช้ความคิดเพียงเล็กน้อยมากกว่าทำสิ่งที่ต้องใช้ความท้าทายถึงความสามารถทางความคิดของท่านซึ่งท่านเห็นว่าตรงกับตัวท่าน

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		ตรงที่สุด	ตรงมาก	ตรงพอประมาณ	ตรงบ้าง	ตรงน้อยมาก
1.	ฉันชอบทำสิ่งที่ต้องใช้ความคิดเพียงเล็กน้อยมากกว่าทำสิ่งที่ต้องใช้ความท้าทายถึงความสามารถทางความคิดของฉัน					
2.	ฉันไม่ชอบที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสถานการณ์ที่ต้องใช้ความคิดมากๆ					
3.	ฉันชอบปัญหาซับซ้อนมากกว่าปัญหาง่าย ๆ					
4.	ฉันหลีกเลี่ยงการใช้ความคิดเชิงลึกด้วยการพยายามคาดการณ์ล่วงหน้าในสถานการณ์ต่าง ๆ	-	-			
5.	ฉันพอใจเพียงเล็กน้อยเมื่อต้องใช้ความคิดใคร่ครวญเป็นเวลานานหลายชั่วโมง					
6.	ฉันระมัดระวังในการเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาแต่ละปัญหา					
7.	ฉันมีความสุขกับงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ การประเมินด้วยเหตุและผล					
8.	การคิดไม่ใช่เรื่องสนุกสำหรับฉัน					
9.	ฉันชอบชีวิตที่ถูกเติมเต็มด้วยปัญหาเหมือนตัวต่อปริศนาที่ฉันต้องแก้ไข					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ตรงที่สุด	ตรงมาก	ตรงพอประมาณ	ตรงบ้าง	ตรงน้อยมาก
10.	ฉันพอใจที่ได้รู้คำตอบมากกว่าการทำความเข้าใจว่าทำไมจึงเป็นคำตอบนั้น					
11.	ฉันไม่สามารถใช้ความเป็นเหตุเป็นผลได้เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่กดดัน					
12.	เมื่อเริ่มต้นทำงาน ฉันชอบที่จะระดมความคิดเห็นจากผู้อื่น					
13.	ฉันชอบวิเคราะห์ความคิดที่ขัดแย้งและตัดสินใจด้วยเหตุผลอย่างถูกต้อง					
14.	ความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อผู้อื่นของฉันมักจะถูกต้องเสมอ					
15.	ฉันเชื่อความรู้สึกแรกของฉันที่มีต่อผู้อื่น					
16.	เมื่อพูดถึงการไว้วางใจผู้อื่น ฉันสามารถเชื่อความรู้สึกส่วนตัวของฉันได้มากที่สุด					
17.	ฉันเชื่อในลางสังหรณ์ของตัวเอง					
18.	เมื่อทำการตัดสินใจฉันมักจะยืนอยู่บนพื้นฐานความคิดของตัวเอง					
19.	ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน ฉันจะจัดระบบการทำงานของตนเองก่อนเสมอ					
20.	ฉันมักจะพิจารณาความเป็นไปได้โดยคำนึงถึงความคิดของตนเอง					
21.	ฉันเป็นคนที่มีไหวพริบดี					
22.	ฉันสามารถรู้ได้ทันทีว่าใครกำลังพูดโกหก					
23.	ฉันสามารถเข้าใจและตัดสินใจผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว					
24.	ฉันเชื่อว่าฉันสามารถตัดสินใจลักษณะนิสัยของผู้อื่นได้ดีโดยพิจารณาจากลักษณะภายนอกของเขา					
25.	บ่อยครั้งที่ฉันมีจินตนาการที่เห็นสิ่งต่างๆ ได้อย่างชัดเจน					
26.	ฉันมีสัมผัสการรับรู้ถึงจังหวะหรือโอกาสได้ดีมาก	-	-			
27.	ฉันชอบปัญหาที่แก้ไขได้ด้วยตัวเอง					
28.	ฉันจินตนาการเห็นภาพสิ่งต่างๆ ได้ดี					
29.	ฉันไม่ใส่ใจกับการที่จะต้องทำงานไต่เต้าไปจนถึงตำแหน่งสูง					
30.	ฉันรู้สึกได้ว่าใครผิด ใครถูก แต่ไม่สามารถอธิบายได้					
31.	การพูดถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก น่าสนใจกว่าการพูดถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง					

**** ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่เสียสละเวลาของท่านในครั้งนี้ค่ะ ****

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับลูกค้า)

เรื่อง คุณภาพการบริการ (สำหรับลูกค้า)

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการบริการ จำนวน 33 ข้อ

กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดตอบคำถามต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ซึ่งตรงกับตัวท่านมากที่สุด

- | | | | |
|-----------------------|--|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง | |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 20 -30 ปี | <input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 40 ปี |
| 3. สถานะภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |
| 4. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | |
| | <input type="checkbox"/> อาชีพส่วนตัว | | |
| 6. เหตุผลในการเข้าพัก | <input type="checkbox"/> เพื่อการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> เพื่อธุรกิจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |
| 7. ระยะเวลาที่เข้าพัก | <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 7 วัน | <input type="checkbox"/> 7 – 14 วัน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 14 วัน |

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการบริการ

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว กรุณาทำทุกข้อโดยไม่เว้นข้อใดข้อหนึ่ง

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงนิดหน่อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
1.	พนักงานจัดระเบียบท่าทางพร้อมให้บริการแบบมีอาชีพตลอดเวลา					
2.	พนักงานแต่งกายพิถีพิถัน สะอาด เรียบร้อย แสดงความเป็นเอกลักษณ์ดีอยู่ตลอดเวลา					
3.	พนักงานจัดวางของใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น กระจาดขา กากา ผ้าเช็ดตัว ฯลฯ อย่างเป็นระเบียบและสะดวกต่อการใช้งานก่อนที่ท่านจะร้องขอ					
4.	พนักงานจัดเรียงเอกสารเกี่ยวกับการบริการเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปรชัวร์ แผนที่ ฯลฯ ไว้พร้อม อย่างเด่นชัดภายในโรงแรม					
5.	พนักงานดูแลสถานที่ให้บริการให้เป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อยและปลอดภัยตลอดเวลา	-	-			
6.	พนักงานจัดทำป้ายบอกทาง คำแนะนำ คำเตือนและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนตามจุดสำคัญของโรงแรม					
7.	พนักงานมีการจัดเตรียมระบบการสื่อสารออนไลน์ที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน รวมถึงอุปกรณ์สนับสนุนต่าง ๆ					
8.	พนักงานใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับท่าน และติดตามทำงานนั้นจนสำเร็จ ลุล่วง					
9.	พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความคาดหวังของท่าน					
10.	พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามมาตรฐานของโรงแรม					
11.	เมื่อมีข้อผิดพลาด พนักงานพยายามที่จะระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดซ้ำขึ้นอีก					
12.	ท่านได้รับบริการที่ดีเหมือนเดิมหรือดีกว่าเดิมทุกครั้งในจุดที่ไปใช้บริการ					
13.	พนักงานแสดงความจริงใจและใส่ใจที่จะช่วยแก้ปัญหาให้กับท่าน					
14.	พนักงานยุ่งมาก จนไม่สามารถตอบสนองคำร้องขอของท่าน					
15.	พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการท่านได้อย่างทันท่วงที					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่ตรงเลย	ตรงมีต่อน้อย	ตรงพอประมาณ	ตรงมาก	ตรงที่สุด
16.	พนักงานปล่อยให้ท่านรอ โดยไม่สามารถกำหนดเวลาหรือให้รายละเอียดในการรอแก่ท่านได้					
17.	พนักงานมีการเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าเสมอโดยคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าถึงความต้องการของท่าน					
18.	พนักงานปฏิเสธคำร้องขอของลูกค้า โดยไม่อธิบายเหตุผล					
19.	พนักงานแสดงความไม่ใส่ใจท่านในระหว่างปฏิบัติงาน					
20.	พนักงานแสดงความกระตือรือร้นที่จะให้บริการท่าน					
21.	พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือ ทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการรับบริการ					
22.	พนักงานแสดงการประสานงานที่ดี เมื่อต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น					
23.	พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติท่านตลอดเวลา					
24.	พนักงานให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามที่ท่านต้องการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน					
25.	พนักงานแสดงความมั่นใจทั้งกิริยาและวาจาในขณะที่ให้บริการท่านทุกครั้ง	-	-			
26.	พนักงานไม่สามารถทำการตัดสินใจ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน					
27.	พนักงานพยายามสอบถามความต้องการของท่าน เพื่อสามารถแนะนำสินค้าและบริการให้ท่านได้อย่างเหมาะสม					
28.	พนักงานรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าด้วยความตั้งใจเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการบริการ					
29.	พนักงานสามารถปรับวิธีการบริการให้มีความยืดหยุ่นตรงตามความต้องการของลูกค้า					
30.	พนักงานเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแต่ละราย					
31.	พนักงานจดจำท่านได้และแสดงความเอาใจใส่ด้วยการนำเสนอสิ่งที่ท่านชื่นชอบได้อย่างถูกต้อง					
32.	พนักงานแสดงออกถึงความตั้งใจที่จะบริการท่านให้ดีที่สุด					
33.	พนักงานให้บริการที่มีคุณภาพกับท่าน					

**** ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่เสียสละเวลาของท่านในครั้งนี้ค่ะ ****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกิจติ ยงประกิจ
วันเดือนปีเกิด	4 มีนาคม พ.ศ. 2503
ตำแหน่ง	ผู้จัดการอาวุโส
ประสบการณ์ทำงาน	2550 - ปัจจุบัน: บริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการจำกัด มหาชน 2549 - 2550: บริษัท ลอว์ตันเอเชีย จำกัด 2539 - 2549: โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์อินเตอร์เนชั่นแนล 2536 - 2539: โรงแรมเดอะสุโกศล 2532 - 2536: โรงแรมเดอะแลนด์มาร์คกรุงเทพ

