

มิ่งขวัญ บุญรอด: ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย  
(THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND SERVICE PROCESS INNOVATION ON MARKETING PERFORMANCE OF 3-4 STARS HOTEL BUSINESSES IN THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา:  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนा สุคันธสิริกุล, 82 หน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาวในประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาขนาดของผลกระทบด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย จำนวน 149 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการใช้แบบจำลองการ回帰เชิงพหุคุณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย มีนวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ 3.78 ตามลำดับ มีผลการดำเนินงานทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 นอกจากนี้ยังพบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ( $\beta=0.354$ ) และนวัตกรรมกระบวนการ ( $\beta=0.388$ ) ส่งผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย

MINGKWAN BOONRAWD : THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION  
AND SERVICE PROCESS INNOVATION ON MARKETING  
PERFORMANCE OF 3-4 STARS HOTEL BUSINESSES  
IN THAILAND. THESIS ADVISOR : ASST. PROF.  
KANCHANA SUKANTHASIRIKUL, Ph.D., 82 PP.

PRODUCT INNOVATION, PROCESS INNOVATION, MARKETING  
PERFORMANCE, 3-4 STARS HOTEL, THAILAND

This research aims to: 1) study product innovation and process innovation of 3-4 stars hotel businesses in Thailand, 2) study the market performance of 3-4 stars hotel businesses in Thailand and, 3) study the magnitude of the effects of product innovation and process innovation on marketing performance of the 3-4 stars hotel businesses in Thailand. The target groups are among managers of 3 to 4 stars hotel businesses in Thailand. Questionnaires were distributed to 149 samples. The quantitative analysis method was used to analyze the mean, the standard deviation as well as the multiple regression analysis.

The results indicate that process innovation is at the highest ( $\bar{X} = 4.08$ ), followed by product innovation ( $\bar{X} = 3.78$ ). The overall marketing performance is also at a high level ( $\bar{X} = 3.83$ ). Moreover, it was found that product innovation ( $\beta = 0.354$ ) and process innovation ( $\beta = 0.388$ ), are all contributed a positively impact on the marketing performance of the 3-4 stars hotel business in Thailand.

School of Management Technology

Student's Signature \_\_\_\_\_  


Academic Year 2018

Advisor's Signature \_\_\_\_\_  
