

# ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

## Factors Affecting on Innovativeness of Hotel Business: A Case Study of Andaman Cluster in Southern Thailand

ปรารธนา หลีกภัย<sup>1</sup>

---

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้

**คำสำคัญ:** ความสามารถทางนวัตกรรม ธุรกิจโรงแรม ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

### ABSTRACT

The purpose of this study was to verify the effect of market orientation, learning orientation, and entrepreneurial orientation on innovativeness of hotel businesses in Andaman cluster in southern Thailand. A questionnaire was an instrument for collecting data from samples that were selected by proportionate stratified random sampling. The statistics used for analyzing the data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The result showed that market orientation contained the most positive influence on organizational innovativeness followed by entrepreneurial orientation and learning orientation.

**Keywords:** Innovativeness, Hotel Business, Andaman Cluster

---

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง e-mail: pradthana.l@psu.ac.th

## บทนำ

ประเทศพัฒนาแล้วต่างให้ความสำคัญต่อนวัตกรรม เพราะนวัตกรรมสามารถสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ก่อให้เกิดอาชีพและธุรกิจใหม่ รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน (วิเชียร สุขสร้อย, ฤคพงศ์ พรหมนาธิป และจารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์, 2553) หากมองในระดับองค์กร พบว่า องค์กรต้องมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อทำให้องค์กรอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Johnson, Meyer, Berkowitz, Ethington & Miller, 1997) นวัตกรรมเสมือนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้้องค์กรประสบความสำเร็จ (Tsai, 2001) จากผลการศึกษาด้านนวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมในระดับองค์กรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กรในอุตสาหกรรม (Hult, Hurley & Knight, 2004) จึงเป็นไปได้ที่จะพบอุตสาหกรรมที่ไม่มีความจำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธรรมชาติของอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรในทุกอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Hurley & Hult, 1998)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นสิ่งที่มาก่อนนวัตกรรม และความสามารถทางนวัตกรรมแสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ (Hult et al., 2004) ความสามารถทางนวัตกรรมเสมือนเป็นกลยุทธ์องค์กรและเป็นการมุ่งเน้นการแข่งขันด้วยนวัตกรรมขององค์กร ส่วนนวัตกรรมเป็นเหมือนเครื่องมือซึ่งองค์กรใช้เพื่อที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Hult et al., 2003) นอกจากนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรมตลอดเวลา เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญในการทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น (Henard & Szymanski, 2001) และความสามารถทางนวัตกรรมเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับบริษัทที่จะบรรลุความสำเร็จระยะยาว (Noble, Sinha & Kumar, 2002)

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย เนื่องจากเมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาค พบว่า ภาคใต้ของประเทศไทยมีรายได้

จากการท่องเที่ยวสูงที่สุด และรายได้ส่วนใหญ่มาจากสาขาธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) นอกจากนั้น เมื่อสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังพบว่า ยังมีความขาดแคลนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในภาคการต้อนรับ (Orfila-Sintes & Mattsson, 2009) กอปรกับยังมีการวิจัยจำนวนน้อยที่ประสบความสำเร็จในการวิจัยเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจท่องเที่ยวและการศึกษาที่มีจำนวนน้อยนั้น ก็ไม่ได้ระบุให้ชัดเจนถึงรูปแบบหรือกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร (Siguaw, Simpson & Enz, 2006) และเนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีทฤษฎีหลัก คือ ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กร นั่นคือ ทรัพยากรภายในและความสามารถขององค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานหลักในการดำเนินงาน โดยมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจจะถูกกำหนดโดยทรัพยากรภายในและทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities Theory) เป็นการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรที่มุ่งเน้นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตและการเรียนรู้ขององค์กร ซึ่งหากองค์กรมีการเรียนรู้ มีความสามารถเชิงพลวัต โดยสามารถปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ย่อมหมายถึงการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงประกอบด้วย ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้จะส่งผลให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร โดยผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมในการวางแผนทางการพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาค้นคว้า

คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

### ประโยชน์ของการวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา นวัตกรรมของประเทศ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย เพื่อเพิ่มความสามารถทาง นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

2. ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย สามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยในการวางแผนและบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถทางนวัตกรรมของ ธุรกิจโรงแรมต่อไป

3. นักวิชาการและนักวิจัยอื่นๆ ได้พื้นฐานความรู้ เกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสามารถทาง นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อ ใช้ในงานวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ ทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

### การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)

Hult, Snow & Kandemir (2003) กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นมิติหนึ่ง ที่ใช้อธิบาย บรรยากาศองค์กรหรือวัฒนธรรมองค์กร ในขณะที่ Matsuo (2006) กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรม เป็นแนวโน้ม ขององค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรม ส่วน Nybakk, Crespell, Hanson และ Lunnan (2009) ได้ให้ความหมายความสามารถ ทางนวัตกรรมว่า เป็นความโน้มเอียงในการสร้างและ/หรือนำมาใช้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ และระบบ ธุรกิจ เป็นการเปิดรับความคิดใหม่เหมือนเป็นวัฒนธรรม ขององค์กร ด้วยความเต็มใจที่จะลองออกความคิดใหม่ๆ หา วิธีใหม่ๆ ในการทำสิ่งต่างๆ มีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการ ของการดำเนินงาน และอัตราของการแนะนำผลิตภัณฑ์ ใหม่ (Calantove, Cavusgil & Zhao, 2002) และเป็น ความสามารถของธุรกิจที่จะรับได้ในนวัตกรรม นั่นคือ การ นำเสนอกระบวนการใหม่ ผลิตภัณฑ์ หรือความคิดในองค์กร (Hult et al., 2004)

การศึกษาของ Lyon, Lumpkin และ Dess (2000) ได้จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมเป็น 2 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product

Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมด้าน กระบวนการ (Process Innovativeness) ส่วนการศึกษา ของ North และ Smallbone (2000) จำแนกความสามารถ ทางนวัตกรรมเป็น 4 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) ความสามารถทาง นวัตกรรมตลาด (Market Innovativeness) ความสามารถ ทางนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) สำหรับการศึกษาของ Wang และ Ahmed (2004) จำแนกความสามารถทางนวัตกรรม ออกเป็น 5 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด (Market Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรม กระบวนการ (Process Innovativeness) ความสามารถ ทางนวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) ในขณะที่การศึกษาของ Calantone และคณะ (2002) Hult และคณะ (2004) Nybakk และ คณะ (2009) Chen และคณะ (2010) ศึกษาความสามารถ ทางนวัตกรรมในภาพรวมขององค์กร สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพิจารณาความสามารถทางนวัตกรรมในภาพรวมของ องค์กร โดยไม่ได้แยกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น ด้านต่างๆ

#### 2. การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation)

แนวคิดการศึกษามุ่งเน้นตลาดด้านวัฒนธรรม องค์กร ของ Hult และคณะ (2004) กล่าวว่า การมุ่งเน้น ตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ที่องค์กรมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริม ค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาด เพื่อที่จะสามารถนำเสนอ คุณค่าที่มากกว่าให้กับลูกค้าของบริษัท

นักวิชาการได้ศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดหลาย ด้าน ดังนี้ การศึกษาของ Rhee และ Lee (2010) ศึกษา 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการ ประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination) ในขณะการศึกษาของ Lee และ Tsai (2005) ศึกษา 3 ด้าน คือ การกำเนิดของความรู้ (Intelligence Generation) การเผยแพร่ของความรู้ (Intelligence

Dissemination) และการออกแบบการตอบสนอง (Response Design) ส่วน Keskin (2006) ระบุว่า การมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การใช้ข้อมูลขนาดย่อย (Use of Information Subscale) การพัฒนากลยุทธ์ การมุ่งเน้นตลาด (Development of a Market Oriented Strategy) และการดำเนินตามกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาด (Implementation of a Market Oriented Strategy) สำหรับการวิจัยนี้การมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination)

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรง ทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult และคณะ (2004) ซึ่งได้ผลการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Coefficient = 0.29,  $p = 0.01$ ) และการศึกษาของ Lee และ Tsai (2005) ที่ได้ผลการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.816 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Coefficient = 0.816,  $p = 0.05$ )

### 3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation)

การศึกษาของ Calantone และคณะ (2002) ให้ความหมายของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ว่าเป็นกิจกรรมของการเพิ่มและใช้ความรู้ขององค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่การศึกษาของ Rhee และคณะ (2010) ระบุว่าเป็นการจัดเรียงของวัฒนธรรมองค์กรซึ่งเกี่ยวข้องกับศักยภาพที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม

นักวิจัยศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในมิติที่แตกต่างกัน เช่น Calantone และคณะ (2002) ศึกษาการมุ่งเน้นการเรียนรู้ 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การแบ่งปันวิสัยทัศน์ (Shared Vision) ความใจกว้าง (Open-Mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Intra-Organizational Knowledge Sharing) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Keskin (2006) ส่วน Rhee และคณะ (2010) ศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การอำนวยความสะดวกของผู้นำ (Facilitated Leadership) และการวางแผนเชิงกลยุทธ์กระจายอำนาจ (Decentralized

Strategic Planning) ซึ่งสอดคล้องกับการการศึกษาของ Peng (2008) ส่วน Lee และ Tsai (2005) ระบุว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และการปรับปรุงทีมงานสร้างสรรค์ (Creative Team Improvement) สำหรับการวิจัยนี้การมุ่งเน้นการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การแบ่งปันวิสัยทัศน์ (Shared Vision) ความใจกว้าง (Open-Mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Intra-Organizational Knowledge Sharing)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นักวิชาการได้ทำการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้และปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมหลายงานวิจัย สำหรับงานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรง ทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือการศึกษาของ Calantone และคณะ (2002) ซึ่งได้ผลจากการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Coefficient = 0.49,  $p = 0.01$ ) และการศึกษาของ Hult และคณะ (2004) ซึ่งได้ผลจากการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.18 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Coefficient = 0.18,  $p = 0.01$ )

### 4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Hult และคณะ (2004) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการเป็นกระบวนการเพิ่มพูนภายในบริษัทซึ่งส่งผลต่อนวัตกรรม งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก โดยกลุ่มแรก เป็นการศึกษาที่เน้นโครงสร้างองค์กร เนื่องจากมีการสื่อสารและข้อมูลผ่านองค์กรและวิธีการที่สมาชิกในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ กลุ่มที่สอง เป็นการศึกษาที่เน้นรูปแบบภาวะผู้นำ นั่นคือธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เหนือกว่าและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งปัจจัยตัวขับเคลื่อนหลักของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มที่สาม เป็นการศึกษาที่เน้นวัฒนธรรมองค์กร ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Engelen, 2010)

นักวิชาการได้กล่าวถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไว้หลายแนว โดยสามารถสรุปออกเป็นกลุ่ม

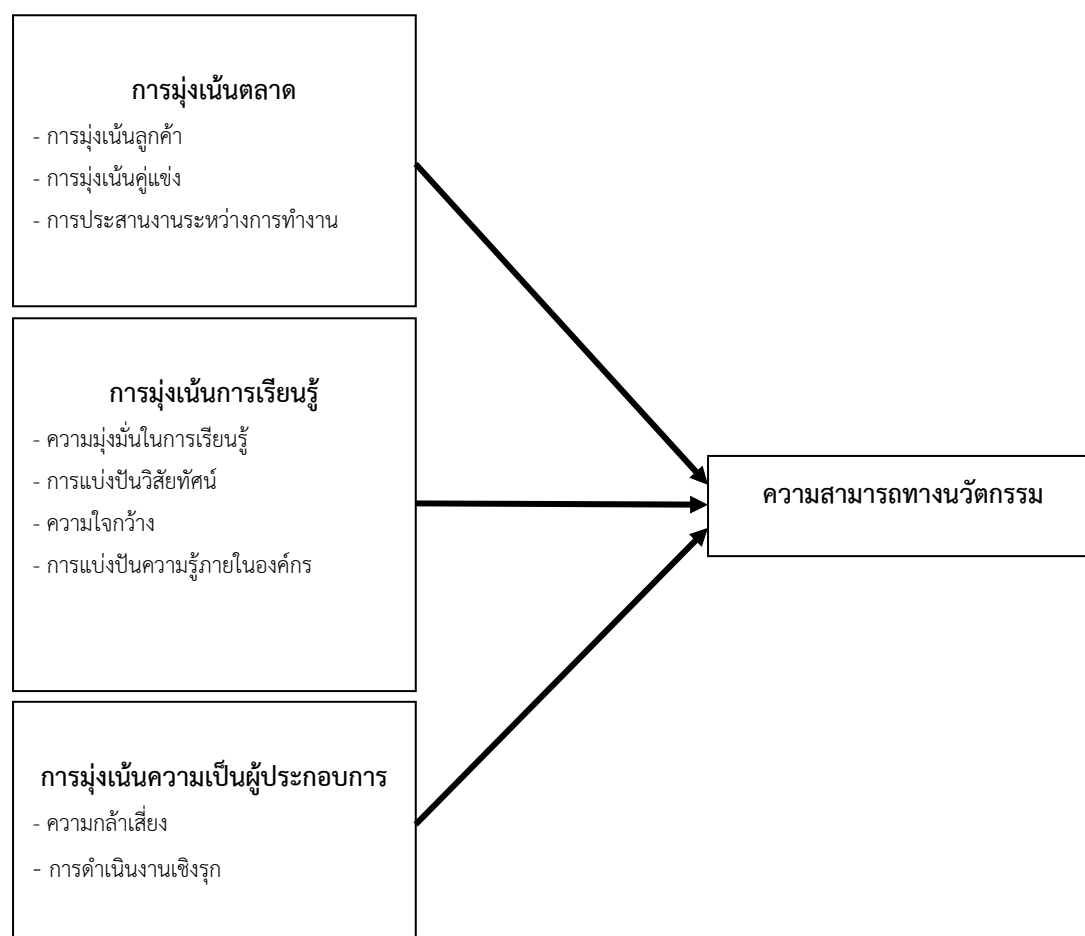
ดังนี้ Hult และคณะ (2004) Rhee และ Lee (2010) และ Peng (2008) ได้เสนอการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 2 ด้าน คือ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness Orientation) ส่วน Frese (2000) ได้เสนอการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) และความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) สำหรับการศึกษาวิจัยนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness Orientation)

สำหรับงานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อ

ปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult และคณะ (2004) ซึ่งได้ผลการศึกษาว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Coefficient = 0.36,  $p = 0.01$ ) และ การศึกษาของ Peng (2008) ที่ได้ผลการศึกษาว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.23 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Coefficient = 0.23,  $p = 0.05$ )

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรในการวิจัยนี้มี 3 ปัจจัย คือ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

H 1 การมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

H 2 การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

H 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยที่รายชื่ออยู่ในฐานข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 400 แห่ง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้เกณฑ์ของ Krejcie และ Morgan (1970) ที่กำหนดขนาดตัวอย่างที่ 196 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปถึงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 แห่ง เนื่องจากงานวิจัยของ Baruch และ Holtom (2008) พบว่า การศึกษาที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ไปยังองค์กร อัตราการตอบกลับโดยเฉลี่ยจากองค์กรอยู่ที่ร้อยละ 35.7 ดังนั้น เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามเพื่อการรวบรวมข้อมูลไปยังธุรกิจโรงแรมจำนวน 300 แห่ง และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนของประชากร (Proportionate Stratified Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความครอบคลุมไม่ได้มาจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างมาจากทุกระดับดาวนั่นเอง โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) ของธุรกิจโรงแรม ทั้งนี้ แบบสอบถามได้ถูกส่งกลับเนื่องจากการปิดกิจการหรือการไม่มีผู้รับตามจำนวน 76 แห่ง และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามส่งคืนกลับทางไปรษณีย์จำนวน 115 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 51.34 ซึ่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Aaker et. al., 2001)

### 2. นิยามตัวแปร

การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) คือ วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาด เพื่อจะสามารถนำเสนอคุณค่าที่มากกว่าให้กับลูกค้า ซึ่ง

ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร (Hult et al., 2004)

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) หมายถึง กิจกรรมของการเพิ่มและใช้ความรู้ขององค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การแบ่งปันวิสัยทัศน์ ความใจกว้าง และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Calantone et al., 2002)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หมายถึง รูปแบบการตัดสินใจของผู้ประกอบการ วิธีการ และการปฏิบัติ ซึ่งจะสะท้อนถึงวิธีการที่องค์กรดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก (Peng, 2008)

ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) คือ ความสามารถขององค์กรในการนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ๆ หรือกระบวนการใหม่ๆ หรือความคิดใหม่ๆ (Hult et al., 2004)

### 3. การวัดตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 14 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Hult และคณะ (2004) ปัจจัยการเรียนรู้ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การแบ่งปันวิสัยทัศน์ ความใจกว้าง และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 15 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Calantone, Cavusgil, และ Zhao (2002) ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อย คือ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Peng (2008) และความสามารถทางนวัตกรรมเป็นการวัดในภาพรวมขององค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Calantone และคณะ (2002)



#### 4. การตรวจสอบความตรง

การตรวจสอบความตรงใช้วิธีการประเมินความตรงในเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยที่ข้อคำถามสำหรับตัวแปรแต่ละตัวในแบบสอบถาม ถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นจะนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาความตรงของแต่ละข้อคำถาม โดยถือว่าข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.50 สอดคล้องกับโครงสร้างและนิยามของตัวแปรที่ต้องการวัด ทั้งนี้ จากการประเมินความตรงของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ข้อคำถามทุกข้อคำถามในแบบสอบถาม มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามทุกข้อที่จัดทำขึ้น สอดคล้องกับโครงสร้างและนิยามของตัวแปรที่ต้องการวัด (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2550)

#### 5. การตรวจสอบความเที่ยง

การวิจัยนี้วัดค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยการวัดความสอดคล้องภายใน ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม พบว่า

ความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.75 การมุ่งเน้นตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.83 การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.86 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.81 ทั้งนี้ ทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคมากกว่า 0.60 จึงกล่าวได้ว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงที่ถือว่ายอมรับได้ (Sekaran, 2003)

#### 6. เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

ในการวิจัยนี้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการประเมินข้อคำถาม โดยที่แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Likert Scale โดยมีค่าคะแนน ดังนี้ คะแนน 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนน 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย คะแนน 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ คะแนน 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย และคะแนน 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และในการวิจัยนี้มีเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนน	ค่าเฉลี่ยช่วงคะแนน	ความหมาย
5	4.21-5.00	มีปัจจัยนั้นระดับมากที่สุด
4	3.41-4.20	มีปัจจัยนั้นระดับมาก
3	2.61-3.40	มีปัจจัยนั้นระดับปานกลาง
2	1.81-2.60	มีปัจจัยนั้นระดับน้อย
1	1.00-1.80	มีปัจจัยนั้นระดับน้อยที่สุด

#### 7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลของปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

#### ผลการวิจัย

จากแบบสอบถามส่งคืนกลับทางไปรษณีย์จำนวน 115 ฉบับ สามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งสิ้น 110 ฉบับ ตัวแทนขององค์กรซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.00) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.10) โดยสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา คือ สาขาบริหารธุรกิจ/การจัดการ (ร้อยละ 41.50) มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป (ร้อยละ 35.80) และเมื่อพิจารณาลักษณะขององค์กรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งในจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 66.40) เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวมากที่สุด (ร้อยละ 23.10) มีพนักงานประจำ 51-200 คน (ร้อยละ 40.40) เป็นธุรกิจโรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง (ร้อยละ 48.60) มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 63.90)

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย พบว่า ธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทยมีความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.598) มีการมุ่งเน้นตลาดระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.410) มีการ

มุ่งเน้นการเรียนรู้ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.409) และมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.764)

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมกับตัวแปรอิสระ พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมกับตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าต่ำกว่า 0.850 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) (Kline, 2010) โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร

	ค่าเฉลี่ย	ระดับของปัจจัย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าสหสัมพันธ์			
				1	2	3	4
1. ความสามารถทางนวัตกรรม	3.77	ระดับมาก	.598	1.000			
2. การมุ่งเน้นตลาด	4.02	ระดับมาก	.410	.563**	1.000		
3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้	4.04	ระดับมาก	.409	.510**	.671**	1.000	
4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	3.01	ระดับปานกลาง	.764	.462**	.409**	.357**	1.000

\*\*p<0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมมากที่สุด โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.322 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ H 1 ในขณะที่ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมลำดับถัดมา โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ

0.259 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ H 3 ส่วนปัจจัยการเรียนรู้ มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมน้อยที่สุด โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.202 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ H 2 จึงอาจกล่าวได้ว่าในการวิจัยครั้งนี้ยอมรับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีรายละเอียดผลการวิจัย ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.081	.486		.166	.868
การมุ่งเน้นตลาด	.469	.152	.322	3.085	.003
การมุ่งเน้นการเรียนรู้	.296	.149	.202	1.984	.050
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	.202	.065	.259	3.123	.002
F-Value = 23.957    p = 0.000    R <sup>2</sup> = .404    Adj. R <sup>2</sup> = .387					

โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{Innovativeness} = .322 \text{ Market Orientation} + .202 \text{ Learning Orientation} + .259 \text{ Entrepreneurial Orientation}$$

### บทสรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ งานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult และคณะ (2004) และการศึกษาของ Lee และ Tsai (2005) ส่วนงานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult และคณะ (2004) และการศึกษาของ Peng (2008) และงานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Calantone และคณะ (2002) และการศึกษาของ Hult และคณะ (2004)

### ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นตลาดขององค์กรมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัย พบว่าการมุ่งเน้นตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด ทั้งนี้ การเพิ่มการมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจโรงแรมสามารถกระทำหลายแนวทาง เช่น การที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับ

ลูกค้า ให้ความสำคัญกับคู่แข่ง และ การประสานงานภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น

2. ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมสามารถเพิ่มการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจ โดยกระทำผ่านแนวทางต่างๆ เช่น ธุรกิจโรงแรมต้องมีความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ธุรกิจต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการทำงาน และเป็นธุรกิจที่เปิดใจรับสิ่งใหม่เสมอ

3. ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงที่ทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมสามารถเพิ่มการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ โดยกระทำผ่านแนวทางต่างๆ เช่น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมต้องมีความกล้าเสี่ยงในการทำงานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการทำงานเชิงรุก

ข้อเสนอแนะของการศึกษารั้งต่อไป คือ ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษารั้งนี้ เช่น บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Cluture) เครือข่ายทางสังคมขององค์กร (Social Network) เป็นต้น รวมทั้ง

ศึกษาในธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

### ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการศึกษาอาจมีข้อจำกัด หากจะใช้สำหรับการอธิบายธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว

2. การวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทยได้ เช่น ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนใต้ รวมทั้งสภาพปัจจัยทางด้านภูมิอากาศ ซึ่งจะส่งผลต่อธุรกิจโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมความทันสมัยของข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อธุรกิจโรงแรมในฐานข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ ดังนั้น ประชากรของการศึกษานี้ จึงจำกัดเพียงธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยที่ปรากฏข้อมูลในฐานข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สืบค้นในเดือนตุลาคม 2554 เท่านั้น

### บรรณานุกรม

วิเชียร สุขสร้อย, ภคพงศ์ พรหมนุชาธิป, และจารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์. (2553). *นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตในการจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร* (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York, NY: John Wiley and Sons.

Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey response rate levels and trends in organizational research. *Human Relations*, 61( 8), 1139-1160.

Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.

Engelen, A. (2010). Entrepreneurial orientation as a function of national cultural variations in two countries. *Journal of International Management*, 16, 354-368.

Frese, M. (2000). *Success and failure of microbusiness owners in Africa*. USA: Greenwood.

Henard, D. H., & Szymanski, D. M. (2001). Why some new products are more successful than others. *Journal of Marketing Research*, 38(3), 362-375.

Huber, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.

Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.

Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003). The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of Management*, 29(3), 401-426.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62, 42-54.

Johnson, J. D., Meyer, M. E., Berkowitz, J. M., Ethington, C. T., & Miller, V. D. (1997). Testing two contrasting structural models of innovativeness in a contractual network. *Human Communication Research*, 24(2), 320-348.

Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396-417.

- Kline, L. B. (2010). *Principle and Practice of Structure Equation Modeling* Kline, L. B. (2010). *Principles and Practice of*. 3<sup>rd</sup> ed. The Guilford Press.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lee, T. S., & Tsai, H. J. (2005). The effects of business operation mode on market orientation, learning orientation and innovativeness. *Industrial Management & Data Systems*, 105(3), 325-348.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Lyon, D., Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation research: Operationalizing and measuring a key strategic decision-making process. *Journal of Management*, 26(5), 1055-1085.
- Matsuo, M. (2006). Customer orientation, conflict, and innovativeness in Japanese sales departments. *Journal of Business Research*, 59, 242-250.
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial marketing Management*, 40, 336-345.
- Noble, C. H., Sinha, R. K., & Kumar, A. (2002). Market orientation and alternative strategic orientation: a longitudinal assessment of performance implications. *Journal of marketing*, 66(October), 25-39.
- North, D., & Smallbone, D. (2000). The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s. *Regional Studies*, 34(2), 145-157.
- Nybakk, E., Crespell, P., Hanson, E., and Lunnan, A. (2009). Antecedents to forest owner innovativeness: An investigation of the Non-timber forest products and services sector. *Forest Ecology and Management*, 257, 608-618.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). *Innovation behavior in the hotel industry*. Omega, 37(2), 380-394.
- Peng, C. H. (2008). The relationships between the antecedents of innovativeness and business performance. *International Symposium on Electronic Commerce and Security*, 805-809.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Rutherford, M. W., & Holt, D. T. (2007). Corporate entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents. *Journal of Organizational Change*, 20(3), 429-446.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: a skill-building approach*. 4<sup>th</sup> (ed.), New York, NY: Wiley.
- Siguaw, J. A., Simpson, P. M., & Enz, C. A. (2006). Conceptualizing innovation orientation: A framework for study and integration of innovation research. *Journal of Product Innovation Management*, 23, 556-574.
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intra-organizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal*, 44(5), 996-1004.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.



**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารณา หลีกภัย**  
สำเร็จการศึกษา Ph.D. สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัย  
สงขลานครินทร์, เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จากจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, M.B.A. จาก Nagoya University of  
Commerce and Business Administration, เศรษฐ-  
ศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบันเป็น  
อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ผลงานทาง  
วิชาการ ประเภทงานวิจัย ได้แก่ ความสามารถทาง  
นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย  
บทความวิชาการ ได้แก่ ผลของการมุ่งเน้นความเป็น  
ผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการ  
เรียนรู้ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และ  
ตำราวิชาหลักเศรษฐศาสตร์