

ปัจจัยนวัตกรรมด้านการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Factors of Service Innovation Affecting on Innovation Effectiveness and Organizational Performance of the Hotel Business in Prachuap Khiri Khan District

◆ กิตติคุณ แสงนิล*

อาจารย์, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Kittikun Sangnin*

Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, E-mail: kittikun.san@kbu.ac.th

◆ อุษา ศรีไชยา

อาจารย์, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Usa Srichaiya

Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, E-mail: usa.sri@kbu.ac.th

◆ นัฐฐาพร อะวิลัย

อาจารย์, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Nutthaporn Awilai

Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, E-mail: nutthaporn.awi@kbu.ac.th

*Corresponding Author E-mail: kittikun.san@kbu.ac.th

Received: June 27, 2023; Revised: July 20, 2023; Accepted: July 29, 2023

Abstract

The purpose of this research was to study the influence between service innovation factors affecting innovation effectiveness and organizational performance of the hotel business in Prachuap Khiri Khan Province. Data collection used questionnaires as a study tool, the sampling group used in the quantitative research was a survey of entrepreneurs and senior executive of hotels in the area of Prachuap Khiri Khan Province with a total of 281 people using the sampling method of proportional stratified random and purposive sampling. The Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation; and correlation coefficient statistics, also used simple regression analysis and multiple regression. The results showed that 1) service innovation had a positive influence

on innovation effectiveness 2) service innovation had a positive influence on the hotel business's organizational performance, and 3) innovation effectiveness had a positive influence on the hotel business's organizational performance. The coefficients of influence were 0.650, 0.492 and 0.270, respectively. The analysis of service innovation variables found that knowledge management capability had the highest average ($\bar{X}$ = 3.97, SD = 0.43); the analysis of innovation effectiveness variables found that the developing new business models has the highest average level of opinions ($\bar{X}$ = 3.65, SD = 0.71); the analysis of the hotel business's organizational performance found that customer satisfaction to the creation of innovation or new business models occurred had the highest average opinion level ($\bar{X}$ = 4.04, SD = 0.48). Therefore, organizations should pay attention to developing and creating innovations in ways that are appropriate to the context, which it should emphasize on creative management to create value and benefit the success of the organization in the long run.

Keyword: Service Innovation, Innovation Effectiveness, Hotel Business's Organizational Performance

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลระหว่างปัจจัยนวัตกรรมด้านการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 281 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนและการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบอย่างง่ายและการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของนวัตกรรม 2) นวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม 3) ประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.650 0.492 และ 0.270 ตามลำดับ การวิเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมด้านการบริการ พบว่า ด้านความสามารถในการจัดการความรู้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.97, SD = 0.43) การวิเคราะห์ตัวแปรประสิทธิผลของนวัตกรรม พบว่า สูงสุดในด้านการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.65, SD = 0.71) และ ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานขององค์กร

ธุรกิจโรงแรม พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.48$) ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมในรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบท เน้นการจัดการเชิงสร้างสรรค์เพื่อทำให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ: นวัตกรรมด้านการบริการ, ประสิทธิภาพของนวัตกรรม, ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ กลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง สามารถผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับประเทศไทยได้ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการปรับตัวใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนารูปแบบการให้บริการหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อบริบบการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Boes et al., 2015) การดำเนินธุรกิจโรงแรมต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานหรือเพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการของโรงแรม ทำให้เกิดรูปแบบธุรกิจบริการใหม่ เป็นช่องทางสร้างรายได้เพิ่ม อีกทั้งการพัฒนาระบบดำเนินงานของโรงแรมทำให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านการบริการ สร้างความน่าสนใจ โดยการมุ่งไปสู่การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษได้อย่างมีคุณภาพ และช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้ (Chalip and O' Brien, 2008) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจต้องพยายามปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์การบริหารธุรกิจ โดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ สร้างความภักดีที่มีต่อแบรนด์ และส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า (Bitner et al., 2000) ยิ่งไปกว่านั้น การเติบโตของเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างมาก หากต้องการก้าวไปข้างหน้าในตลาดโลกที่ทันสมัยและเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จากการศึกษาที่น่าร่องเบื้องต้น พบว่า ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังประสบปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขันระหว่างธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการยังต้องหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ซึ่งผู้ประกอบการยังต้องหาแนวทางและเร่งปรับตัวเพื่อให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดในสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมหรือเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ขึ้น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังสามารถพัฒนาในด้านนวัตกรรมทางอุตสาหกรรมบริการให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศไทยในยุคดิจิทัล โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเมืองอัจฉริยะ โดยเน้นการพัฒนา

รูปแบบ Smart Tourism ได้ จากที่กล่าวมานี้ ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจึงต้องหันพัฒนากลยุทธ์และสร้างแนวทางปฏิบัติที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับองค์กร โดยเน้นการปรับตัวและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นประเด็นที่มีความสำคัญต่อรูปแบบการพัฒนาวัตกรรมการบริการ อาจต้องใช้ความสามารถขององค์กรในหลายด้าน อาทิ การจัดการความรู้ในองค์กร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และเครือข่ายความสัมพันธ์ของธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “อิทธิพลระหว่างปัจจัยนวัตกรรมด้านการบริการ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปหาแนวทางการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมด้านการบริการที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลของนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจโรงแรมได้ อีกทั้ง สามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมเพื่อยกระดับหรือเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลของนวัตกรรมที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่สามารถใช้เป็นกรอบในการศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation)

แนวคิดนวัตกรรมด้านการบริการเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คำว่า “นวัตกรรม” มีความสำคัญมากสำหรับภาคธุรกิจ โดยเฉพาะ นวัตกรรมด้านการบริการสามารถนำพาองค์กรทางธุรกิจให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน Bean and Radford (2002) มีมุมมองว่า นวัตกรรมในภาคการให้บริการ ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อตลาดเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เน้นที่กระบวนการเพื่อปรับปรุงแนวทางการจัดการ การพัฒนาระบบการบริการ และปรับปรุงโครงสร้างขององค์กร

ประสิทธิผลของนวัตกรรม (Innovation Effectiveness)

นวัตกรรม หมายถึง การสร้างสรรค์และการนำความรู้ไปใช้ประยุกต์เพื่อพัฒนาสินค้าหรือการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยผลลัพธ์ของการสร้างสรรค์และพัฒนาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม (National Innovation Agency, 2016) โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม คือ รูปแบบธุรกิจใหม่ที่แตกต่าง อีกทั้งนวัตกรรมยังสามารถเพิ่มศักยภาพขององค์กรธุรกิจหลายด้าน และสำคัญอย่างมากต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Fox, 2001)

ผลดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance)

แนวคิดผลดำเนินงานขององค์กรเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา โดยองค์กรธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่พยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด รวมถึงเน้นการให้บริการที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับลูกค้า โดยการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดผลการดำเนินงานของธุรกิจแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า (Hult et al., 2004) 2) ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ การเติบโตของยอดขาย รายได้จากการขายสินค้า กำไรสุทธิ มูลค่าทางเศรษฐกิจ (De Clercq et al., 2010) และ Rauch et al., (2009) ได้อธิบายไว้ว่า ผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวกับเงิน สามารถวัดได้จากการส่งเสริมวัฒนธรรมที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการรับรู้คุณภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยของ Mendoza and Sheffrin (2017) พบว่า บริษัทที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการให้บริการสำหรับการสร้างและพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี เป็นการใช้เทคโนโลยีใหม่หรือการปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ซึ่งส่งผลในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

ซึ่งจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นสมมติฐานและกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

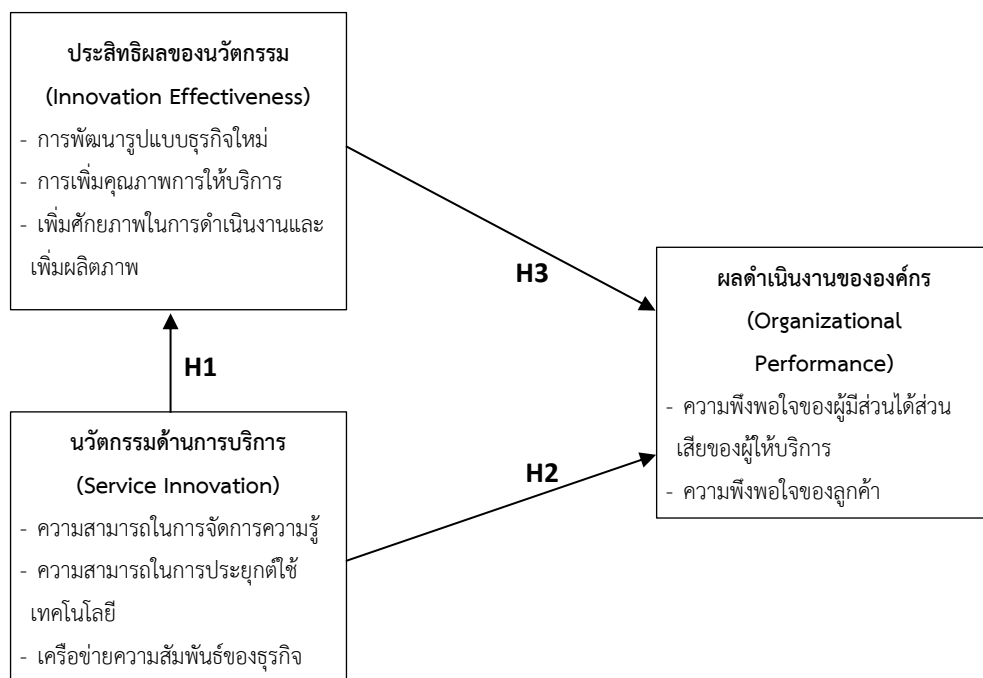
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยใช้แนวคิดที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม นำมาพัฒนาและเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังแผนภาพที่ 1 ดังนี้



(ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต การวิจัยนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาอิทธิพลระหว่างปัจจัยนวัตกรรมด้านการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเท่ากับ 281 คน โดยอ้างอิงจากตารางหลักการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Krejcie and Morgon , 1970) ขนาดตัวอย่างอ่านจากตาราง (โดยกำหนด $\chi^2_{0.05,1}=10.82$, $P=0.05$ และ $e=0.05$ จากตารางได้แสดงไว้ว่า $N=550$ จะได้ $n=226$) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนและการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) เครื่องมือในการวิจัยนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ด้านนวัตกรรมด้านการบริการ ส่วนที่ 3 ด้านประสิทธิผลของนวัตกรรม ส่วนที่ 4 ด้านผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยมีขั้นตอนในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ 1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไข IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผู้ซึ่งมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการวิจัยทำการประเมินข้อคำถาม พิจารณาให้ค่าคะแนนความเหมาะสมข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Item Objective Congruence) จากการตรวจสอบความสอดคล้องโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า 1 และ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.924 ซึ่งถือว่าเป็นมาตรฐานวัดค่าความเชื่อถือได้ที่สูง และสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สหสัมพันธ์เพียร์สัน ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรและวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 281 คน พบว่าเป็นเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.99 และเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.01 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี และ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 186 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.20 ด้านตำแหน่ง/หน้าที่ในการบริหารจัดการของธุรกิจโรงแรม ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานเป็นผู้จัดการโรงแรม จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 45.91 รองลงมา คือ ตำแหน่งงานกรรมการผู้จัดการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 24.56 ตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 17.08 และตำแหน่งงานผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 12.46 และมีอายุการทำงาน จำนวน 6 - 9 ปี มากสุด จำนวน 126 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.55

ส่วนที่ 2 นวัตกรรมด้านการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของนวัตกรรมด้านการบริการของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.46$) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าด้านความสามารถในการจัดการความรู้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.43$) รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีพบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.67$, $SD =$

0.61) และด้านเครือข่ายความสัมพันธ์ของธุรกิจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.66$)

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.60$) อยู่ในระดับมาก โดยมีประสิทธิผลของนวัตกรรมสูงสุดในด้านการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ บริษัทที่สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ใช้เทคโนโลยีและความต้องการของตลาด ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อีกด้วย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.71$) รองลงมา คือ การเพิ่มคุณภาพการให้บริการ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.69$) และน้อยที่สุด คือ เพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานและเพิ่มผลิตภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.59$, $SD = 0.80$)

ส่วนที่ 4 ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.48$) อยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.48$) รองลงมาคือ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ที่สามารถดึงดูดความรู้สึก ความสนใจ การรับรู้และความจงรักภักดีที่มีต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์หรือภาพลักษณ์ขององค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.60$) และระดับความคิดเห็นน้อยสุด คือ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้ให้บริการ สามารถสร้างความภักดีที่มีต่อแบรนด์ และสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นเครือข่ายของความสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.59$)

ตารางที่ 1 แสดงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

n=281

ตัวแปร	นวัตกรรมด้านการบริการ	ประสิทธิผลของนวัตกรรม	ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม
$\bar{X}$	3.76	3.63	4
SD	0.46	0.60	0.48
นวัตกรรมด้านการบริการ	1.000		
ประสิทธิผลของนวัตกรรม	0.650**	1.000	
ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรม	0.492**	0.270**	1.000

** นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.270 – 0.707 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเชิงบวกและน้อยกว่า 0.80 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันไม่มีความสัมพันธ์กันมากไม่มีการควบคุมตัวแปรใดๆไว้ จึงนำมาทดสอบเพื่ออธิบายการเลือกตัวแปรนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังสมมติฐานที่ 1 – 3

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานนวัตกรรมด้านการบริการที่มีผลต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตัวแปรต้น	สมมติฐานการวิจัย/ตัวแปรตาม		
	1 ประสิทธิผลของ นวัตกรรม	2 ผลการดำเนินงาน ขององค์กรธุรกิจ โรงแรม	3 ผลการดำเนินงาน ขององค์กรธุรกิจ โรงแรม
นวัตกรรมด้านการบริการ	0.650** (0.454)	0.492** (0.430)	
ประสิทธิผลของนวัตกรรม			0.270** (0.263)
Adjusted R ²	0.449	0.425	0.258

*p < 0.05, **p<0.01

จากตารางที่ 2 แสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยการพิจารณาจากสมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบพบว่านวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ($\beta=0.650$, Adjusted R² = 0.449) ดังนั้นจึงยอมรับ H1 โดยสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 44.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในส่วนการพิจารณาจากสมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของนวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบพบว่านวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ($\beta=0.492$, Adjusted R² = 0.425) ดังนั้นจึงยอมรับ H2 โดยสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 42.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบพบว่าประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของ

องค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ($\beta=0.270$, Adjusted $R^2 = 0.258$) ดังนั้นจึงยอมรับ H3 หรือ โดยสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 25.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การอภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการศึกษานี้ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ นวัตกรรมด้านการบริการขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยสาเหตุส่งผลต่อนวัตกรรมด้านการบริการในด้านความสามารถในการจัดการความรู้ เพราะธุรกิจโรงแรมชั้นนำจำเป็นต้องแสวงหาความคิดและไอเดียสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงความต้องการในตลาด การรับฟังผู้มีส่วนได้เสียเพื่อประโยชน์ของลูกค้าและนำเสนอคุณค่า ตอบแทนสู่ลูกค้าและสังคมด้วยการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการให้บริการใหม่ โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอาจเลือกที่จะใช้เทคโนโลยีต่างๆ และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์เพื่อขยายขีดความสามารถในการจัดการความรู้ และเทคโนโลยีช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการความรู้ในองค์กร เช่น ระบบการจัดเก็บและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลออนไลน์ ที่สามารถช่วยในการตัดสินใจในกลยุทธ์ต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการสร้างระบบการเรียนรู้ขององค์กรในรูปแบบออนไลน์ โดยระบบสามารถรวบรวม แบ่งปัน และนำเสนอความรู้ที่สำคัญให้กับให้พนักงานและผู้บริหารองค์กรสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้ (Dalkir, 2013) ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ยิ่งไปกว่านั้น การนำระบบการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรธุรกิจ ยังจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การจัดการเปลี่ยนแปลงและกระบวนการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น การฝึกอบรมพนักงานเพิ่มเติม (Bouarfa, 2008) การพัฒนาและสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่ต้องอาศัยความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เป็นผลลัพธ์จากการต่อยอดแนวคิดการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ที่ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ โดยผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นต่อองค์กร คือ ทำให้เกิดการยกระดับศักยภาพขององค์กรธุรกิจได้หลายด้าน อาทิ เพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน การเพิ่มฐานเครือข่ายพันธมิตร เพิ่มคุณภาพของการให้บริการ การเพิ่มฐานกลุ่มลูกค้า ลดต้นทุน เพิ่มผลิตภาพ และการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และในส่วนประสิทธิผลของนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยพบว่าความคิดเห็นในภาพรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก โดยในด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประสิทธิภาพของนวัตกรรมสูงสุดในการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ บริษัทที่สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ จะใช้เทคโนโลยีและวิเคราะห์ความต้องการของตลาด อีกทั้งยังเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อีกด้วย รองลงมาคือ ประสิทธิภาพของนวัตกรรมสูงสุดในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ นอกจากนี้ จากการวิจัยพบว่า เพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานและเพิ่มผลิตภาพที่สามารถยกระดับศักยภาพขององค์กรธุรกิจได้ในหลายด้าน นอกจากนี้ยังสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจได้ (Fox, 2001) ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจโดยรวมและ

ผลสัมฤทธิ์ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งผลิตและสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการบริการ มีความจำเป็นต่อความสำเร็จขององค์กรใดๆ รวมถึงธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนนี้ได้นำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) คุณค่าของการศึกษาวิจัย 2) คุณค่าเชิงปฏิบัติ 3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

คุณค่าของการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาในลักษณะการพิสูจน์อิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยเฉพาะด้านตัวแปรประสิทธิผลของนวัตกรรม ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของนวัตกรรม ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในการทำวิจัยเท่าที่ควร โดยงานวิจัยนี้ได้เลือกศึกษากับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การศึกษาครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมว่าควรเน้นพัฒนาหรือสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและความต้องการของตลาด เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (Royal Coast) เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญที่มีศักยภาพและมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

คุณค่าเชิงปฏิบัติ

การศึกษาอิทธิพลทางตรงของนวัตกรรมด้านการบริการและประสิทธิผลของนวัตกรรมมีอิทธิพลมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจโรงแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำให้ธุรกิจโรงแรมเข้าใจปัจจัยที่เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างนวัตกรรมด้านการบริการและยกระดับประสิทธิผลของนวัตกรรมที่เกิดขึ้น ให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้ อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมเพื่อยกระดับหรือเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ไม่ได้มีการศึกษาในลักษณะการพิสูจน์อิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยผ่านตัวแปรกลางคือประสิทธิผลของนวัตกรรม ซึ่งยังไม่ค่อยมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของนวัตกรรม ในลักษณะความสัมพันธ์ที่เป็นตัวแปรกลาง อีกทั้ง วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ อาจจะได้ข้อมูลที่จำกัด ไม่ครอบคลุม ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาเชิงลึกหรือการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาในด้านนวัตกรรมด้านการบริการและประสิทธิผลของนวัตกรรมในด้านอื่นๆ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

References

- Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986). Baron & Kenny, 1986. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, pp. 1173-82.
- Bitner, M.J., Brown, S.W., and Meuter, M.L. (2000), "Technology infusion in service encounters", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28 No.1, pp. 138-49.
- Bean, R. and Radford, R. (2002). *The Business of Innovation*. New York: Amacom.
- Boes, K., Buhalis, D., and Inversini, A. (2015). Smart tourism destinations: Enabling factors and challenges. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377-389). Springer.
- Bouarfa, H. 2008. Designing a Virtual Memory – A Case Study. International Workshop on Advanced Information Systems for Enterprises, Constantine, Algeria.
- Chalip. L., and O' Brien. (2008). *Sport Events Strategic Leveraging: Pushing Towards the Triple Bottom Line*. Martin, D., & Woodside A., (red.) *Tourism Management: analysis, behavior and strategy* Wallingford, UK Cambridge, MA: CAB1 Pub.
- Dalkir, K. (2013). *Knowledge management in theory and practice*. Routledge.
- De Clercq, D., Dimov, D., and Thongpapanl. N. (2010). The Moderating Impact of Internal Social Exchange Processes on the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship. *Journal of Business Venturing*. 25(1), 87-103.
- Fox, K.A. (2001), "Invisible competition: some lessons learned", *Journal of Business Strategy*, pp.36-8.
- Hult, Tomas., Hurley, Robert., and Knight, Gary. A. (2004). "Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance." *Industrial Marketing Management* 33, 5:429-438.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- Mendoza, A., and Sheffrin, S. (2017). Innovation in service firms: Technological and non-technological innovation differences. *Technological Forecasting and Social Change*, 116, 244-251.
- National Innovation Agency. (2016). Innovation . can be accessed from <http://www.nia.or.th/spring/index.php?page=faq> [2022, March 12].

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., and Frese, M. (2009). "Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future." *Entrepreneurship Theory and Practice* 33, 3: 761–787.

	Kittikun Sangnin Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University
	Usa Srichaiya Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University
	Nutthaporn Awilai Lecturer, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University