

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย**
**Factors Influencing Innovation Small and Medium - Sized Enterprises
(SMEs) in the Service Sector, Hotel Accommodation Type, in Thailand**

กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล^{1*} และ ชัยรินทร์ ธีรไชยพัฒน์¹
Kanyarat Teerathanachaiyakun^{1*} and Chainarin Teerachaipat¹

Received: October 08, 2023; Revised: March 07, 2024; Accepted: March 14, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ครั้งนี้คือ เลือกศึกษาเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการประเภทด้านที่พักแรม ที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคบริการด้านที่พักแรม ของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคบริการด้านที่พักแรม องค์กรแห่งนวัตกรรม

¹ สาขาวิชาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, Modern Administration and Management Faculty of Business Administration Sripatum University
^{*}Corresponding author e-mail: Kanyarat.ti@spu.ac.th

Abstract

The objective of this research is to study the Factors Influencing Innovation Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the Service Sector, Hotel Accommodation Type, in Thailand. The researcher selected a sample consisting of Thai medium and small-sized hotel businesses, categorized as hotels, resorts, suites, guesthouses in cultural rural areas, various short-stay accommodation activities not categorized elsewhere, camping accommodations, mobile parking accommodations, and other types of accommodation services not categorized elsewhere, totaling 400 participants. The data were collected through questionnaires and were analyzed using statistical software for research, with a predetermined significance level of 0.05. Statistical analysis methods used in this study included frequency and percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, and significance level set at 0.05 The results of the research found that digital transformation factors Affecting the organization of innovation for small and medium-sized enterprises in the service sector. Type of accommodation of Thailand is at a high level.

Keywords: Innovative Organization, Small and Medium - sized Enterprises, Service Sector : accommodation

บทนำ

Nafa (2019) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการประเภทด้านที่พักแรมในประเทศไทยสามารถได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลากหลายที่มีบทบาทสำคัญ เช่น ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสำเร็จขององค์กรที่พักรวม ภาคบริการด้านที่พักแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือจุดเด่นทางธรรมชาติ อาจมีโอกาสรสร้างแรงดึงดูดและเสนอมูลค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ในขณะที่ Harris (2019) ได้อธิบายเพิ่มเติมอย่างน่าสนใจว่า คุณภาพของการบริการและประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับเมื่อเข้าพักมีผลต่อความพึงพอใจและความสุขของลูกค้า การให้บริการที่เชื่อถือได้ สร้างความประทับใจ และพัฒนาประสบการณ์ที่น่าจดจำ สามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นและผูกพันกับลูกค้าในระยะยาว นวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการนวัตกรรมในบริการ เช่น การเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ การนำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ เป็นต้น สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร และดึงดูดความสนใจของลูกค้า การตลาดและการโฆษณา การสร้างและการกำหนดแบรนด์ที่มีเสน่ห์และมีความแตกต่างสามารถช่วยเพิ่มการรับรู้และการติดตามของลูกค้า การโฆษณาและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพช่วยในการสร้างความตระหนักและสร้างความสนใจในสิ่งที่ยังมีเสน่ห์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการและจัดการกับลูกค้า มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีและมีคุณภาพสำหรับลูกค้า การบริหารจัดการ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยในการปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในตลาด นอกจากนี้ Mulyana (2022) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่าการวางแผนและการบริหารทรัพยากรทั้งทางบุคคลและทรัพย์สินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น ทั้งนโยบายรัฐบาลและกฎหมายเกี่ยวกับภาษี การอนุญาต และข้อกำหนดอื่น ๆ สามารถมีผลต่อการเรียกเก็บภาษี ค่าสิ่งอำนวยความสะดวก หรือข้อกำหนดในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อกำไร SMEs ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุด และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงานไม่น้อยไปกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

Kunwattanawijitra (2017) ได้อธิบายว่า ในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของ SMEs เป็นอย่างมาก แม้ว่ารัฐบาลจะได้ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากตลอดจนได้มีมาตรการและกฎระเบียบเพื่อเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs แล้วก็ตาม SMEs จำนวนมากในปัจจุบันยังประสบปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาสำคัญที่ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจและร่วมกันแก้ไขได้ ดังต่อไปนี้ 1) ปัญหาด้านเงินทุน เป็นปัญหาที่ SMEs จำนวนมากจะประสบปัญหาคล้าย ๆ กัน เนื่องจากส่วนใหญ่มักจะเริ่มจากผู้ที่มีประสบการณ์หรือมีความเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งอันสืบเนื่องจากการทำงานในองค์กรของรัฐหรือภาคเอกชนเป็นระยะเวลานาน แล้วเห็นโอกาส

ออกมาทดลองทำธุรกิจของตนเอง หรือบางรายอาจเกิดจากปัญหาการทำงานทั้งจากปัญหาการเลิกจ้าง ปัญหาความไม่พึงพอใจในงานที่ทำ จึงลาออกมาทำธุรกิจเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเงินทุนน้อย เว้นบางรายที่พ่อแม่มีทรัพย์สินเงินทองให้นำมาลงทุน ปัญหาที่เจ็มน้อยหรือไม่มีปัญหา ปัญหาทางการเงินของ SMEs ยังมาจากธนาคารไม่ยินยอมให้สินเชื่อเนื่องจากไม่มีหลักประกัน ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือมาก่อน การบริหารยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ธนาคารจึงไม่กล้าให้สินเชื่อ ทำให้ปัญหาด้านเงินทุนเป็นปัญหาใหญ่ เป็นที่น่าเสียดายว่ามี SMEs จำนวนมาก ที่สินค้าน่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด แต่ไม่สามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เนื่องจากไม่มีเงินทุนมากพอที่จะขยายกำลังการผลิต ไม่สามารถซื้อเครื่องจักรเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

Renzi et al. (2022) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า ปัญหาด้านเงินทุนเป็นปัญหาใหญ่ที่แก้ไขได้ยากพอสมควร แม้รัฐบาลจะพยายามกระตุ้นให้ธนาคารสนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs แต่ก็จะได้รับเฉพาะ SMEs ที่มีความพร้อมเข้าหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อของธนาคารเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามสนับสนุนด้านเงินทุนหรือสินเชื่อ แต่ก็ทำได้อย่างจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของ SMEs และ 2) ปัญหาด้านการตลาด SMEs มักมีปัญหาด้านการตลาด ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ปัญหาสินค้าที่ผลิตไม่เป็นที่ต้องการของตลาด คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน บรรลุจุดที่ไม่สวยงาม ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก เป็นต้น ทำให้การทำตลาดทำได้ด้วยความยากลำบาก นอกจากนี้ SMEs ยังมีปัญหาขาดบุคลากรด้านการตลาด ถ้าเจ้าของเป็นผู้ที่มีความรู้หรือประสบการณ์ด้านการขายหรือการตลาดมาก่อนก็จะช่วยแก้ปัญหาไปได้ แต่ถ้าไม่มีประสบการณ์มาก่อน และไม่สามารถหาบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านการขายและการตลาด ก็จะต้องลองถูกลองผิดไปอีกระยะหนึ่ง ยกเว้นได้สะสมประสบการณ์หรือมีพรสวรรค์ด้านการพูดและมีบุคลิกที่เหมาะสมกับด้านการขาย จึงจะช่วยแก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ปัญหาด้านการตลาดของ SMEs ยังมีผลมาจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่จำกัด เนื่องจากสินค้านั้นยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ไม่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ร้านค้าต่าง ๆ จึงไม่ให้ความสนใจจำหน่ายสินค้าให้ ยกเว้นสินค้ามีคุณภาพสูง ก็อาจได้โอกาสเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้าชื่อดัง หรือร้านสะดวกซื้อ แต่ถ้าเป็นสินค้าที่ไม่มีความโดดเด่นด้านใดด้านหนึ่งแล้ว โอกาสที่จะได้ช่องทางจัดจำหน่ายที่ดีก็ยากพอสมควร ตลอดจน SMEs มักไม่สามารถหาทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ดี เช่น หากจะเปิดร้านอาหาร ก็ไม่มีเงินทุนพอที่จะซื้อหรือเช่าร้านค้าในที่ชุมชน หรือในห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง ก็ยอมทำให้เสียโอกาสในด้านการขาย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุง และพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรของตนเอง ให้มีผลการดำเนินงานที่ดี สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

Bui et al. (2022) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า Digital Transformation เป็นกระบวนการที่องค์กรหรือธุรกิจใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางของการใช้ประสบการณ์ด้านดิจิทัลที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรเพื่อเตรียมความพร้อมให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมและตลาดในยุคดิจิทัล การกำหนดกลยุทธ์ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำให้การทำ Digital Transformation ในองค์กรประสบความสำเร็จ เพราะกลยุทธ์คือการวางแผนและลงรายละเอียดในขั้นตอนและวิธีการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ขึ้น ผู้บริหารจำเป็นต้องรู้ก่อนว่า สถานการณ์ตอนนี้ของบริษัทและธุรกิจที่ตัวเองทำอยู่เป็นอย่างไร ทำ Digital Transformation เพื่ออะไร มองภาพอนาคตไว้อย่างไร และกำหนดเป้าหมาย พร้อมวางแผนหาวิธีการที่จะพาองค์กรให้ไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ Christant et al. (2022) ได้อธิบายว่าการทำ Digital Transformation ในมุมมองของ Iconology จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้ง 5 อย่างดังภาพด้านบน คือ กลยุทธ์ การสื่อสาร วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยี และข้อมูล หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปจะทำให้ Digital Transformation นั้นไม่สำเร็จ หลายครั้งที่เราเห็นองค์กรต่าง ๆ พยายามนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้แต่ก็ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงธุรกิจมากนัก นั่นเป็นเพราะว่าพวกเขาขาดบางสิ่งใน 5 องค์ประกอบหลักนี้ เพราะองค์ประกอบเหล่านี้ทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนและกระตุ้นการดำเนินการ Digital Transformation ในองค์กร โดยมุ่งเน้นที่ใช้เทคโนโลยีและการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกับความต้องการของลูกค้าและตลาดในยุคดิจิทัล จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎีของ Loonam et al. (2018) ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ 1) ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) 2) รูปแบบธุรกิจ (Business Model) 3) เทคโนโลยี (Technology) และ 4) โครงสร้างองค์กรและกระบวนการ (Organisation Structure and Processes) โดย

1. ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) หมายถึง การทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อที่องค์กรจะได้พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดคือ ให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการองค์กรของเรา

2. รูปแบบธุรกิจ (Business Model) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการทำธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรให้ไปสู่การทำงานที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และยังช่วยให้องค์กรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น

3. เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และระเบียบวิธีการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ โดยสามารถนำไปใช้ในสาขาที่ต่างกัน และเรียกชื่อไปตามสาขาที่ใช้ เช่น เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการศึกษา เทคโนโลยีการแพทย์ เทคโนโลยีการสงคราม เป็นต้น

4. โครงสร้างองค์กรและกระบวนการ (Organisation Structure and Processes) หมายถึง ระบบในการติดต่อสื่อสาร และอำนาจบังคับบัญชาที่เชื่อมต่อกันและกลุ่มคนเข้าด้วยกัน เพื่อทำงาน ร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายขององค์กร

2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม

Wannarak (2016) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม มาจากคำว่า องค์กร และ นวัตกรรม โดยคำว่า องค์กร เป็นศัพท์บัญญัติตรงกับภาษาอังกฤษว่า Organ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้นิยามไว้ว่า “ส่วนประกอบย่อยของหน่วยใหญ่ ทำหน้าที่สัมพันธ์กันหรือขึ้นต่อกันและกัน” Tirathanachaiyakun (2020) อธิบายว่า นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก Innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ความหมาย

ของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Changes) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และนวัตกรรม ยังเป็นตัวแปรที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจ ได้แก่ ความอยู่รอด การเจริญเติบโต Karnjanarod et al. (2021) ได้อธิบายไว้เพิ่มเติมอย่างน่าสนใจว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ และ สมรรถนะหลัก ซึ่งนวัตกรรมไม่ใช่แค่การพัฒนาสินค้าใหม่เท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน การแสวงหาแนวทาง การตอบสนองความต้องการของตลาด การยกระดับคุณภาพชีวิตและการสร้างคุณภาพเพิ่ม และการสนับสนุนบุคลากรในทุกระดับให้ได้ใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นและสร้างนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งไม่จำกัดเพียงนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มุ่งสนใจต่อการค้นหาแนวความคิดใหม่ ๆ ภายใต้กระบวนการจัดการทรัพยากรในองค์กรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและมีศักยภาพเพียงพอ พร้อมทั้งจะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยง ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำความคิดใหม่นั้น มาสู่การปฏิบัติ เพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงรูปแบบของลักษณะงานที่ปฏิบัติอยู่ให้มีคุณภาพ จนสามารถนำไปสู่บริการผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ ที่จะลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร และสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้กับองค์กรได้

นอกจากนี้ Becker (1964) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization) เป็นองค์กรที่มีการสนับสนุนบุคลากรในทุกระดับให้ได้ใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นและสร้างนวัตกรรมในองค์กร ภายใต้กระบวนการจัดการทรัพยากรในองค์กรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและมีศักยภาพเพียงพอ จนสามารถนำไปสู่บริการผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร ประกอบด้วย

1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ (Strategy and Vision) หมายถึง จุดมุ่งหวัง ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น หรือสิ่งที่คิดว่าควรจะเป็นในอนาคต โดยผู้บริหารและบุคลากรทุกฝ่ายขององค์กรมองอนาคตร่วมกันจากการสำรวจสภาพที่แท้จริงทั้งภายในและภายนอกองค์กร แล้วนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้องค์กร สอดคล้องและเข้ากันได้ภายใต้เงื่อนไขใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์

2) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) หมายถึง การบริหารจัดการโครงสร้างการดำเนินงานตามแบบแผนที่กำหนดไว้ รวมทั้งความสัมพันธ์ในเชิงบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ขนาดของการควบคุม ระดับการบังคับบัญชา และระบบการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความยืดหยุ่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

3) วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) หมายถึง พฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจ และแบบแผนพื้นฐานของคนส่วนใหญ่ในองค์กร เป็นฐานคติ ที่มีแบบแผนซึ่งถูกประดิษฐ์ หรือค้นพบจากการเรียนรู้โดยกลุ่มหรือองค์กร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการ แก้ไขปัญหา การปรับตัว และถูกถ่ายทอดไปยังสมาชิกในองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎี ของ Loonam et.al. (2018) ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ 1) ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) 2) รูปแบบธุรกิจ (Business Model) 3) เทคโนโลยี (Technology) และ 4) โครงสร้างองค์กรและกระบวนการ (Organisation Structure and Processes)

ตัวแปรตาม ได้แก่

ปัจจัยด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization) ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีของ Becker (1964) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ (Strategy and Vision) 2) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) และ 3) วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture)

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย” ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา : Becker (1964) and Loonam (2018)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมุ่งเน้นการสำรวจสอบถามเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเท่านั้น โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย จำนวน 846 แห่ง Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2023)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการประเภทด้านที่พักแรม ที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย แบ่งเป็นโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด จำนวน 136 แห่ง เกสต์เฮาส์ จำนวน 47 แห่ง ที่พักสัมผัสนันทนาการชนบท จำนวน 67 แห่ง กิจกรรมที่พักแรมระยะสั้นอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น จำนวน 82 แห่ง ลานตั้งค่ายพักแรม ที่จอดรถพ่วง และที่ตั้งที่พักแบบเคลื่อนที่ จำนวน 10 แห่ง การบริการที่พักแรมประเภทอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น จำนวน 38 แห่ง (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสม จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณ ตามแนวคิดทฤษฎีของ Taro Yamane ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถาม 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ส่วนข้อความที่ใช้วัดตัวแปรทุกตัวได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นเนื้อหาในแบบสอบถามจะครอบคลุมแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว เพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับด้านส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยแต่ละข้อความมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธี Likert Scale มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

4.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามไปยังสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคบริการ ประเภทที่พักแรมของประเทศไทย โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในบางส่วน และบางส่วนจะใช้การส่งทางไปรษณีย์ให้กับผู้ประสานงานซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรณีที่ยังไม่ได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3 โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น ส่งแบบสอบถามไปให้ใหม่ โทรศัพท์สอบถาม และติดตามด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

4.3 ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 400 ฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปัจจุบัน

5.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) และองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization)

5.3 ใช้การวิเคราะห์หาค่าวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation)

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านประสบการณ์ลูกค้า	3.95	0.69	มาก
ด้านรูปแบบธุรกิจ	4.21	0.76	มาก
ด้าน เทคโนโลยี	4.14	0.76	มาก
ด้านโครงสร้างองค์กรและกระบวนการ	4.12	0.74	มาก
รวม	4.11	0.67	มาก

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization) ที่ศึกษามี 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ (Strategy and Vision) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) และวัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization)

องค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization)	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์และวิสัยทัศน์	3.96	0.70	มาก
โครงสร้างองค์กร	3.96	0.71	มาก
วัฒนธรรมองค์กร	4.02	0.80	มาก
รวม	3.98	0.69	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovations Organization) พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยนำข้อมูล

จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวม ของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวม ของประเทศไทย

Model	ตัวแปรต้น	b	SE _{est}	β	t	p-value(sig.)
1	ค่าคงที่ (Constant)	0.260	0.049		5.270	0.000**
	DT1		0.036	0.080	1.881	0.061
	DT2	0.099	0.034	0.124	2.898	0.004*
	DT3		0.045	0.012	0.246	0.806
	DT4	0.078	0.029	0.101	2.642	0.009*
	R	R ²	SEE	F	Sig	
	0.967	0.935	0.000	599.235,	0.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- DT1 แทน ประสบการณ์ลูกค้า
- DT2 แทน รูปแบบธุรกิจ
- DT3 แทน เทคโนโลยี
- DT4 แทน โครงสร้างองค์กรและกระบวนการ

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวม ของประเทศไทย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักรวม ของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Belmondo (2022) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พลวัตทางการเมืองของการเปิดการมีส่วนร่วมในยุทธศาสตร์ : บทบาทความชอบธรรมของผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีผลต่อทั้งกระบวนการภายในองค์กรและการเข้าถึงลูกค้า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการธุรกิจ (Digital Transformation) สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด และเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ เช่น การใช้ระบบการจัดการลูกค้า (CRM) ในการติดตามและบริหารจัดการลูกค้า ระบบการจัดการโครงการ (Project Management Systems) ในการเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ และ การใช้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มการเติบโตของธุรกิจ ในขณะที่ Renzi (2021) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคล่องตัวขององค์กร : ความท้าทายในปัจจุบันและโอกาสในอนาคต ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ยังสามารถเปิดโอกาสใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การปรับสมดุลระหว่าง

การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจและจะเป็นตัวกำหนดว่าองค์กรจะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมได้ในระยะยาวหรือไม่ องค์กรที่ยอมรับและปรับตัวเข้ากับปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีโอกาสเพิ่มความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และเข้าสู่ตลาดใหม่ได้เช่นกัน ถ้าหากองค์กรไม่ทำการปรับตัวเข้าสู่ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเหล่านี้ อาจจะมีผลกระทบต่อการสูญเสียความไว้วางใจของลูกค้าและความไม่ได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้

ทั้งนี้ในภาพรวม จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรมของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alina (2018) ที่พบว่า การเพิ่มขึ้นของข้อมูลดิจิทัลมีอิทธิพลต่อกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบธุรกิจของบริษัท (BM) โดยเปิดใช้งานรูปแบบใหม่ของการร่วมมือระหว่างบริษัท และนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมถึงรูปแบบใหม่ของความสัมพันธ์กับลูกค้าและพนักงาน ในขณะเดียวกันการทำให้เป็นดิจิทัลนี้ได้สร้างแรงกดดันให้บริษัท สะท้อนกลยุทธ์ปัจจุบันของพวกเขา และสำรวจธุรกิจใหม่โอกาสที่ระบบเชิงกลยุทธ์และการโต้ตอบอย่างหนักในขั้นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Namazi and Namazi (2017) พบว่าระบบนิเวศทางธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในยุคที่มีการแข่งขันสูง บริษัทต่าง ๆ กำลังเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจของพวกเขามากขึ้นผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง ไปเป็นเพียงแค่การทดสอบและถกเถียงถึงอิทธิพลของการแปลงระบบดิจิทัลและอุตสาหกรรม 4.0 แต่ถึงเวลาแล้วสำหรับขั้นตอนที่สามารถดำเนินการได้ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ได้ระบุบทบาทของเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 4.0 รวมถึงข้อมูลขนาดใหญ่ระบบไฮเบอร์ทางกายภาพอินเทอร์เน็ตของสิ่งต่าง ๆ และการทำงานร่วมกันบนประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปากีสถานแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องได้รับการพัฒนาและแจกจ่ายแบบสุ่มในเมืองต่าง ๆ ของการจีเอสเอสเพซาวารีอิสลามาบัตคุชราตและเซี่ยลคอต หลังจากใช้เทคนิคการถดถอยหลายทางผ่าน SPSS พบว่าข้อมูลขนาดใหญ่ระบบไฮเบอร์ทางกายภาพและการทำงานร่วมกันมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจ ในขณะที่ผลกระทบที่ไม่มีนัยสำคัญของอินเทอร์เน็ตต่อสิ่งต่าง ๆ เปิดเผย เนื่องจากการวิจัยในส่วนของปรับเปลี่ยนรูปแบบดิจิทัลและอุตสาหกรรม 4.0 มีน้อย การศึกษาปัจจุบันมีส่วนในการสร้างทิศทางแปลกใหม่ของข้อมูลเชิงลึกและกรอบสำหรับนักวิจัยในอนาคต นอกจากนี้การศึกษานี้จะช่วยให้ผู้จัดการปรับการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีในการดำเนินงานของบริษัท ท้ายที่สุดผู้กำหนดนโยบายจะพบว่าประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดูดซับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Choengram et al. (2022) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารความเสี่ยงในองค์กรยุคใหม่ : การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า องค์กรที่มีการเก็บข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลจะง่ายต่อการค้นหา และสามารถค้นหาได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น บุคลากรในองค์กรจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดิจิทัล ตลอดจนมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ทันสมัยรูปแบบใหม่ ๆ ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเพื่อให้การทำงานในองค์กรยุคดิจิทัลเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งการมีวัฒนธรรมองค์กรในการทำงานแบบดิจิทัลก็มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ในการทำงาน โดยทั่วไปแล้วองค์กรยุคใหม่มีวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการปรับปรุงกระบวนการอย่างสม่ำเสมอ หรือมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาและลดอุปสรรคในการทำงาน ถ้าองค์กรขับเคลื่อนความเป็นดิจิทัลเข้าสู่กระบวนการทำงานอย่างจริงจัง ปัญหาและอุปสรรคขององค์กรก็จะลดลงตามไปด้วย และการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานขององค์กรให้สอดคล้องกับยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันได้ จะต้องมีความเชื่อมโยงกันของข้อมูล ความคล่องตัว ความสะดวก การไม่จำกัดเวลาและสถานที่ รวมถึงการตอบโต้ความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lakkoju (2016) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความสำคัญของประสิทธิภาพของคุณภาพบริการในระดับอุดมศึกษา การศึกษานี้ประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของนักเรียนสองกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ซึ่งระบุลักษณะที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือคุณภาพของการบรรยายคุณภาพของ

การสัมมนาความรู้และประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่วิชาการและบริการด้านอาชีพ ลักษณะที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ ความเต็มใจของเจ้าหน้าที่วิชาการที่จะให้ความสนใจเป็นรายบุคคลและมีลักษณะทางกายภาพของสถาบัน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม ทั้งงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการของประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาธุรกิจให้เหมาะสมและพร้อมเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ทำให้ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคบริการ ได้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ประเภทด้านที่พักแรม ของประเทศมากยิ่งขึ้น

2) สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลในทางปฏิบัติได้มากยิ่งขึ้น

2.2 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1) ผู้บริหารองค์กร ควรมีการพัฒนากระบวนการพื้นฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อประโยชน์และช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ผู้บริหารควรสร้างนวัตกรรมให้ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่แตกต่างไปจากเดิม ด้วยเทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบัน

2.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย

2) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมกลุ่มภาคธุรกิจอื่นไปพร้อมกันทั่วประเทศ เพื่อทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา

เอกสารอ้างอิง

Alina, M. (2018). Impact of digitalization in business world. *Review of International Comparative Management*, 19(14), 24-35.

Becker, H. S. (1964). *Notes on the concept of commitment*. Gulf Publishing Company.

Bui, H. T., & Galanou, E. (2022). Translation of systems thinking to organizational goals: A systematic review. *Journal of General Management*, 47(4), 233-245.

- Belmondo, C. & Sargis-Roussel, C. (2022). The political dynamics of opening participation in strategy: The role of strategy specialists' legitimacy and disposition to openness. *Organization Studies*, 44(4), 613-635.
- Christanto, Y. M. & Santoso, S. (2022). The influence of service quality, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty in banking sector in Yogyakarta. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(7), 9-16.
- Choengram, O., Taewchoho, T., Hemmarat, C., Chiangnar, S., Poowadin, P., & Waiyawout, K. (2023). Navigating risk management in modern organizations: the impact of transformative digital technology. *Academic Journal of Management Technology*, 4(2), 239-249.
- Harris, B. (2019). An innovative approach to understanding employers' commitment to Diversity, Equity, and Inclusion. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 25(1), 31-39.
- Loonam, J., Eaves, S., Kumar, V., & Parry, G. (2018). Towards digital transformation: Lessons learned from traditional organizations. *Strategic Change*, 27(2), 101-109.
- Mulyana, A. (2022). The influence of service quality and relationship quality on priority customer trust of bank BJB west java regional office. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(6), 1003-1012.
- Namazi, M. & Namazi, N. R. (2017). An empirical investigation of the effects of moderating and mediating variables in business research: Insights from an auditing report. *Contemporary Economics*, 11(4), 459-470.
- Nafa, A. & Saad, M. (2019). In search of a model to describe the organization of the Algerian diaspora networks. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 18(3), 301-314.
- Karnjanarod, R., Oun, W., & Tirathanachaiyakun, K. (2021). *Business performance model of small and medium-sized enterprises in the manufacturing sector of Thailand* [Unpublished Doctoral dissertation]. Sripatum University.
- Kunwattanawijitra, W. (2017). *Business innovation factors affect the performance of small and medium-sized businesses. (Type of Service)* [Unpublished Master's thesis]. Thammasat University.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2023). *Small and medium enterprises promotion*. <http://www.sme.go.th/Pages/home.aspx>
- Renzl, B., Mahringer, C., Rost, M., & Scheible, L. (2021). Organizational agility: Current challenges and future opportunities. *Journal of Competences, Strategy & Management*, 11(1), 1-10.
- Tirathanachaiyakun, K. (2020). *Factors, causes and consequences of being an innovative organization of small and medium-sized enterprises in Thailand*. Faculty of Business Administration Sripatum University.
- Wannarak, J. (2016). Influence of service quality and customer satisfaction on purchase intention. Shop on Facebook. *Academic Journal Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*, 1(1), 4-53.