

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม
ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย
FACTORS AFFECTING THE INNOVATIVENESS OF HOTEL BUSINESS
IN SOUTHERN BORDER PROVINCES OF THAILAND

ดร. ประรณนา หลีกภัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย

คำสำคัญ : ความสามารถทางนวัตกรรม ธุรกิจโรงแรม กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน

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 southern border provinces of 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 results showed that market orientation, learning orientation, and entrepreneurial orientation contained positive influence on innovativeness of hotel businesses in southern border provinces of Thailand.

Keywords : Innovativeness, Hotel Business, Southern Border Provinces

1. บทนำ

ประเทศพัฒนาแล้วต่างให้ความสำคัญต่อนวัตกรรม เพราะนวัตกรรมสามารถสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ก่อให้เกิดอาชีพและธุรกิจใหม่ รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน (วิเชียร สุขสร้อย และคณะ, 2553) หากมองในระดับองค์กร พบว่าองค์กรต้องมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Johnson et al., 1997) นวัตกรรมเสมือนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Tsai, 2001) จากผลการศึกษาต่อนวัตกรรม พบว่า นวัตกรรมในระดับองค์กรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กรในอุตสาหกรรม (Hult et al., 2004) จึงเป็นไปได้ที่จะพบอุตสาหกรรมที่ไม่มีความจำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธรรมชาติของอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรในทุกอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Hurley & Hult, 1998)

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

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม และสนใจทำการศึกษานวัตกรรมโรงแรมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย เนื่องจากเมื่อพิจารณาสถิติเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่

เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าในปี 2552 ภาคใต้มีรายรับรวมจากธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศ โดยมีมูลค่ารวม 34,769.26 ล้านบาท โดยเป็นรายรับจากการขายห้องพักสูงที่สุด ซึ่งมีมูลค่ารวม 23,285.60 ล้านบาท รองลงมาเป็นรายรับจากภัตตาคาร/ร้านอาหาร ซึ่งมีมูลค่า 8,813.85 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปี 2552 ภาคใต้มีโรงแรม/เกสต์เฮาส์จำนวน 1,490 แห่ง ซึ่งเป็นจำนวนที่มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศ โดยมีคนทำงานในโรงแรม/เกสต์เฮาส์ในภาคใต้ถึง 59,168 คน และ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) กอปรกับเมื่อได้ทบทวนวรรณกรรม พบว่า ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา

ผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลในการกำหนดแนวทางเพื่อเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมในการวางแผนทางการพัฒนาเพื่อยกระดับของความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย

3. ประโยชน์ของการวิจัย

(1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมของประเทศ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย เพื่อเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

(2) ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย สามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยในการวางแผนและบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

(3) นักวิชาการและนักวิจัยอื่นๆ ได้พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสามารถทาง

นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อใช้ในงานวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

4. ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้วางกรอบการศึกษา โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสามารถทางนวัตกรรม จำนวนทั้งสิ้น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยดังกล่าว มีดังนี้

4.1 ความสามารถทางนวัตกรรม

(Innovativeness)

Hult et al. (2003) กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นมิติหนึ่ง ที่ใช้อธิบายบรรยากาศองค์กรหรือวัฒนธรรมองค์กร ในขณะที่ Matsuo (2006) กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรม เป็นแนวโน้มขององค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรม ส่วน Nybakk et al. (2009) ได้ให้ความหมายความสามารถทางนวัตกรรมว่า เป็นความโน้มเอียงในการสร้างและ/หรือนำมาใช้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ และระบบธุรกิจ เป็นการเปิดรับความคิดใหม่ เหมือนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ด้วยความเต็มใจที่จะลองออกความคิดใหม่ๆ หาวิธีใหม่ๆ ในการทำสิ่งต่างๆ มีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการของการดำเนินงาน และอัตราของการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002) และเป็นความสามารถของธุรกิจที่จะรับได้ในนวัตกรรม นั่นคือ การนำเสนอกระบวนการใหม่ ผลิตภัณฑ์ หรือความคิดในองค์กร (Hult et al., 2004)

Lyon et al. (2000) ได้จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมเป็น 2 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) การศึกษาของ North and Smallbone (2000) จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมเป็น 4 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด (Market Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral

Innovativeness) สำหรับ Wang and Ahmed (2004) จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น 5 ด้าน คือ ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด (Market Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovativeness) ความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และความสามารถทางนวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) ในขณะที่ Calantone et al. (2002) Hult et al. (2004) Nybakk et al. (2009) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมในภาพรวมขององค์กร

สำหรับการวิจัยนี้ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์ความสามารถทางนวัตกรรมในภาพรวมขององค์กร และต้องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมในภาพรวม จึงไม่ได้แยกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็นด้านต่างๆ

4.2 การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation)

แนวคิดการศึกษาการมุ่งเน้นตลาดด้านวัฒนธรรมองค์กร ของ Hult et al. (2004) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่องค์กรมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาด เพื่อที่จะสามารถนำเสนอคุณค่าที่มากกว่าให้กับลูกค้าของบริษัท

Rhee and Lee (2010) ศึกษาการมุ่งเน้นตลาด 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination) ในขณะที่ Lee and Tsai (2005) ศึกษาการมุ่งเน้นตลาด 3 ด้าน คือ การกำเนิดของความรู้ (Intelligence Generation) การเผยแพร่ของความรู้ (Intelligence Dissemination) และการออกแบบการตอบสนอง (Response Design) ส่วน Keskin (2006) ระบุว่า การมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การใช้ข้อมูลขนาดเล็กย่อย (Use of Information Subscale) การพัฒนากลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาด (Development of a Market Oriented Strategy) และการดำเนินการตามกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาด (Implementation of a Market Oriented Strategy)

สำหรับการวิจัยนี้ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการให้มีความครอบคลุมในการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาดจึงประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination)

ทั้งนี้ งานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult et al. (2004) ซึ่งได้ผลการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการศึกษาของ Lee and Tsai (2005) ที่ได้ผลการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.816 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 การมุ่งเน้นการเรียนรู้

(Learning Orientation)

Calantone et al. (2002) ให้ความหมายของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ว่าเป็นกิจกรรมของการเพิ่มและใช้ความรู้ขององค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ Rhee and Lee (2010) ระบุว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นการจัดเรียงของวัฒนธรรมองค์กรซึ่งเกี่ยวข้องกับศักยภาพที่มีผลกระทบต่อการพฤติกรรม

Calantone et al. (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 and Lee (2010) ศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การอำนวยความสะดวกของผู้นำ (Facilitated Leadership) และการวางแผนเชิงกลยุทธ์กระจายอำนาจ (Decentralized Strategic Planning) ซึ่งสอดคล้องกับ Peng (2008) ส่วน Lee and Tsai (2005) ระบุว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และการปรับปรุงทีมงานสร้างสรรค์ (Creative Team Improvement)

สำหรับการวิจัยนี้ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการให้มีความครอบคลุมในการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้จึงประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การแบ่งปันวิสัยทัศน์

(Shared Vision) ความใจกว้าง (Open-Mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Intra-Organizational Knowledge Sharing)

ทั้งนี้ งานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Calantone et al. (2002) ซึ่งได้ผลจากการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการศึกษาของ Hult et al. (2004) ซึ่งได้ผลจากการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.18 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

(Entrepreneurial Orientation)

Hult et al. (2004) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการเพิ่มพูนภายในบริษัทซึ่งส่งผลต่อการนวัตกรรม งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก โดยกลุ่มแรก เป็นการศึกษาที่เน้นโครงสร้างองค์กร เนื่องจากมีการสื่อสารและข้อมูลผ่านองค์กรและวิธีการที่สมาชิกในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ กลุ่มที่สอง เป็นการศึกษาที่เน้นรูปแบบภาวะผู้นำ นั่นคือธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เหนือกว่าและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งปัจจัยตัวขับเคลื่อนหลักของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มที่สาม เป็นการศึกษาที่เน้นวัฒนธรรมองค์กร ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Engelen, 2010)

Hult et al. (2004) Rhee and 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)

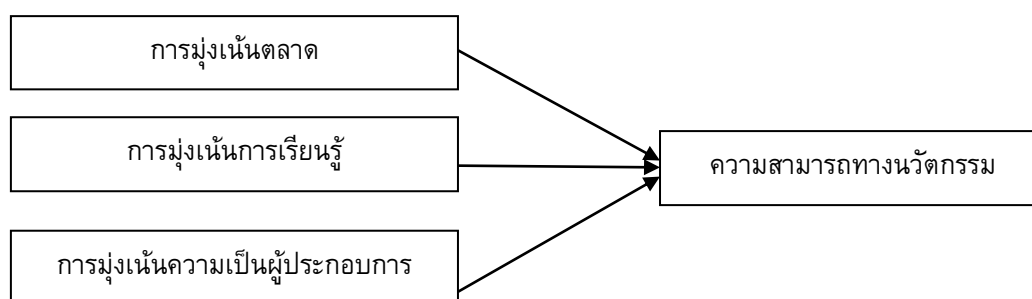
สำหรับการวิจัยนี้ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในยุคปัจจุบัน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness Orientation)

ทั้งนี้ งานวิจัยที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult et al. (2004) ซึ่งได้ผลการศึกษาว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการศึกษาของ Peng (2008) ที่ได้ผล

การศึกษาว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.23 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรในการวิจัยนี้ มี 3 ปัจจัย คือ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. สมมติฐานการวิจัย

- H1:** การมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม
- H2:** การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม
- H3:** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

7. วิธีดำเนินการวิจัย

7.1 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดนเท่านั้น ซึ่งได้แก่ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดสงขลา และจังหวัดสตูล

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาครั้งนี้ ประชากร คือ ธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทยที่รายชื่อของโรงแรมปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลออนไลน์

ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทยจำนวน 193 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากการศึกษานี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource Based View) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กร นั่นคือ ทรัพยากรภายในและความสามารถขององค์กร มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยที่ผลการดำเนินงานขององค์กรจะถูกกำหนดโดยทรัพยากรภายในขององค์กรเป็นสำคัญ กอปรกับเมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ยังไม่ได้มีการศึกษาในธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของ

ประเทศไทยมาก่อน และปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมโดยตรง

7.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย ที่รายชื่ออยู่ในฐานข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลแบบออนไลน์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในเดือนมกราคม 2556 ซึ่งมีจำนวน 193 แห่ง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามเพื่อการรวบรวมข้อมูลไปยังธุรกิจโรงแรมจำนวน 150 แห่ง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนของประชากร (Proportionate Stratified Random Sampling) โดยมีขั้นตอน คือ การแบ่งชั้นภูมิธุรกิจโรงแรมออกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ระดับดาวของโรงแรมในการแบ่งกลุ่ม คือ กลุ่มระดับ 3 ดาวขึ้นไป และกลุ่มระดับไม่เกิน 3 ดาว หลังจากนั้นในแต่ละกลุ่มจะมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่าใดจะขึ้นกับสัดส่วนประชากรของธุรกิจโรงแรมในแต่ละกลุ่ม จากนั้นเมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่มแล้วจะทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อสุ่มเลือกธุรกิจโรงแรมจากแต่ละกลุ่มอีกครั้งหนึ่ง จนมีจำนวนครบ 150 แห่ง โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) ของธุรกิจโรงแรม

ทั้งนี้ แบบสอบถามได้ถูกส่งกลับเนื่องจากการปิดกิจการหรือการไม่มีผู้รับ จำนวน 8 แห่ง และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามส่งคืนกลับทางไปรษณีย์จำนวน 73 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 51.41 ซึ่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Aaker et. al., 2001)

7.3 นิยามตัวแปร

การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) คือ วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาด เพื่อจะสามารถนำเสนอคุณค่าที่มากกว่าให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 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)

7.4 การวัดตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 14 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Hult และคณะ (2004)

ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การแบ่งปันวิสัยทัศน์ ความใจกว้าง และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 15 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Calantone และคณะ (2002)

ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อย คือ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Peng (2008)

ปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรม เป็นการวัดในภาพรวมขององค์กร ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งดัดแปลงจาก Calantone และคณะ (2002)

7.5 การตรวจสอบความตรง

การตรวจสอบความตรงใช้วิธีการประเมินความตรงในเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยที่ข้อคำถามสำหรับตัวแปรแต่ละตัวในแบบสอบถาม ถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นจะ

นำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าความตรงของแต่ละข้อคำถาม โดยถือว่าข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.50 สอดคล้องกับโครงสร้างและนิยามของตัวแปรที่ต้องการวัด ทั้งนี้ จากการประเมินความตรงของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ข้อคำถามทุกข้อคำถามในแบบสอบถาม มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามทุกข้อที่จัดทำขึ้น สอดคล้องกับโครงสร้างและนิยามของตัวแปรที่ต้องการวัด (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2550)

7.6 การตรวจสอบความเที่ยง

การวิจัยนี้วัดค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยการวัดความสอดคล้องภายใน ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม พบว่าความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ

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

8. สรุปผลการวิจัย

จากแบบสอบถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งสิ้น 73 ฉบับ ตัวแทนขององค์กรซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.70) อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 46 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53.40) โดยสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา คือ

สาขาบริหารธุรกิจ/การจัดการ (ร้อยละ 37.00) มีตำแหน่งเจ้าของและเป็นผู้จัดการทั่วไป (ร้อยละ 35.60)

เมื่อพิจารณาลักษณะของธุรกิจโรงแรมที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรม คือ 13 ปี ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งในจังหวัดสงขลา (ร้อยละ 72.60) เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวมากที่สุด (ร้อยละ 42.50) ส่วนใหญ่มีพนักงานประจำไม่เกิน 51 คน (ร้อยละ 56.20) เป็นธุรกิจโรงแรมที่มีห้องพักจำนวน 31-100 ห้อง (ร้อยละ 45.20) มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 58.90) โดยลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 65.20) และผู้เข้าพักส่วนใหญ่เป็นชาวไทย (ร้อยละ 54.50)

จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย พบว่า ธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนมีความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.638) มีการมุ่งเน้นตลาดระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.593) มีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.530) และมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.761)

เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมกับตัวแปรอิสระ พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมกับตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าต่ำกว่า 0.850 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) (Kline, 2010) โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

	ค่าสหสัมพันธ์			
	1	2	3	4
1. ความสามารถทางนวัตกรรม	1.000			
2. การมุ่งเน้นตลาด	.834**	1.000		
3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้	.822**	.772**	1.000	
4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	.551**	.496**	.363**	1.000

**p<0.01

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1-3 ของการวิจัยครั้งนี้

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลของแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมมากที่สุด โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.451 อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมลำดับถัดมา โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.390 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมน้อยที่สุด โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.194 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดผลการวิจัย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	-.652	.256		-2.548	.013
การมุ่งเน้นตลาด	.419	.097	.390	4.310	.000
การมุ่งเน้นการเรียนรู้	.542	.101	.451	5.349	.000
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	.163	.052	.194	3.148	.002
F-Value = 93.432 p = 0.000 R ² = .802 Adj. R ² = .794					

9. อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ทั้งนี้ ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ งานวิจัยที่มีผลการศึกษว่าปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือการศึกษาของ Calantone et al. (2002) และการศึกษาของ Hult et al. (2004) ส่วนงานวิจัยที่มีผลการศึกษว่าปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult et al. (2004) และการศึกษาของ Lee and Tsai (2005) และงานวิจัยที่มีผลการศึกษว่าปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลทางตรงทางบวกต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ คือ การศึกษาของ Hult et al. (2004) และการศึกษาของ Peng (2008)

การที่ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม เนื่องจาก การที่องค์กรมีลักษณะของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของการที่องค์กรมีความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการทำงาน รวมทั้งมีการเปิดใจรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ จะส่งผลให้องค์กรนั้นมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง

การที่ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด มีผลทางตรงทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากการที่องค์กรมีการมุ่งเน้นตลาดสูง ซึ่งแสดงออกโดยการที่องค์กรมีการติดตามข้อมูลข่าวสารในตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลของคู่แข่งกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการทำงานเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด จะส่งผลให้องค์กรนั้นมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง

การที่ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากการที่องค์กรมีลักษณะของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสูง ซึ่งแสดงออกมาโดยการที่ผู้บริหารองค์กรมีความกล้าเสี่ยงที่จะลงทุนทำในสิ่งต่างๆ หรือผู้บริหารองค์กรมีลักษณะของการทำงานเชิงรุก จะส่งผลให้องค์กรนั้นมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

(1) ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้มากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมสามารถเพิ่มการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจ โดยกระทำผ่านแนวทางต่างๆ เช่น ธุรกิจโรงแรมต้องมีความมุ่งมั่น มีความพยายามที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ เสมอ ธุรกิจโรงแรมควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้กับพนักงานของโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ มีแนวคิดว่าการฝึกอบรมเป็นการลงทุนให้กับพนักงานไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่สูญเสียไป นอกจากนี้ บุคลากรของธุรกิจโรงแรมควรมีลักษณะของการเปิดใจรับสิ่งใหม่เสมอทั้งผู้บริหารและพนักงานของโรงแรม ไม่มีความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

(2) ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นตลาดขององค์กรมากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ทั้งนี้ การเพิ่มการมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจโรงแรมสามารถกระทำหลายแนวทาง เช่น การที่ธุรกิจโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับความต้องการและความคิดเห็นของลูกค้ามากขึ้น มีความตั้งใจและพยายามนำเสนอทั้งสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด มีการบริหารงานที่ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

(3) ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ทั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมสามารถเพิ่มการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ โดยกระทำผ่านแนวทางต่างๆ เช่น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมต้องมีความกล้าเสี่ยงในการทำงานมากยิ่งขึ้น มีความกล้าในการลงทุนทำสิ่งใหม่ๆ เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม เช่น การเพิ่มร้านขายของที่ระลึกภายในโรงแรม การเพิ่มมุมกาแฟภายในโรงแรม การเพิ่มร้านขายขนมเบเกอรี่ เป็นต้น รวมทั้งมีการทำงานเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

10.2 ข้อเสนอแนะของการศึกษาค้างต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษาค้างนี้ เช่น บรรยากาศองค์กร (Organizational Climate) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Cluture) เครือข่ายทางสังคมขององค์กร (Social Network) เป็นต้น

(2) ควรมีการศึกษาในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก เป็นต้น

11. ข้อจำกัดของการวิจัย

(1) การวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคใต้ชายแดนของประเทศไทยได้ เช่น ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนใต้ ซึ่งจะส่งผลต่อธุรกิจโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

(2) ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมความทันสมัยของข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อธุรกิจโรงแรมในฐานะข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ ดังนั้น ประชากรของการศึกษาค้างนี้ จึงจำกัดเพียงธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ชายแดนของประเทศไทยที่ปรากฏข้อมูลในฐานะข้อมูลออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเดือนมกราคม 2556 เท่านั้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). ข้อมูลสถิติ. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2556, จาก <http://thai.tourismthailand.org/ที่พัก/โรงแรม>
- วิเชียร สุขสร้อย, ภคพงศ์ พรหมนุชาธิป, และจารุณี วงศ์ลิ้มปิยรัตน์. (2553). นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต. ในการจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). ข้อมูลสถิติ. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2556, จาก http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- 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.
- 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). *Principles and Practice of Structure Equation Modeling*. 3rd ed., New York: The Guilford Press.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

-
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. 4thed., New York: Wiley.
- 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.