

แบบจำลองของคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์
องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

A MODEL OF SERVICE QUALITY, DIGITAL TRANSFORMATION, STRATEGY
MANAGEMENT, ORGANIZATIONAL INNOVATION, BUSINESS PERFORMANCE

ยวาร์วี ศรีศาลาวงค์¹ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล²
Yavarave Seesalavong¹, Kanlayarat Teerathanachaikul²

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Doctor of Business Administration, Business Strategy Management, Sripatum University

E-mail: Veevasaprama@yahoo.com

² หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Doctor of Management, Human Resource Management, Sripatum University

E-mail: Kanyarat.ti@spu.ac.th

Received : November 28, 2023

Revised : May 20, 2024

Accepted : June 30, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมปัจจัยเหตุและผลของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย เพื่ออธิบายถึงความหมายและความเป็นมาองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ตัวแปรที่ได้รับความนิยมใช้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ องค์กรแห่งนวัตกรรม ผลการดำเนินงานทางธุรกิจของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ รวมถึงความสัมพันธ์ที่สะท้อนจากการศึกษาเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้การดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้นจากการนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมจะเกิดประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าตัวเงินให้สูงขึ้นได้

คำสำคัญ

คุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

ABSTRACT

This article aims to present insights from a literature review on the factors and outcomes of being an innovative organization in the small hotel business sector in Thailand. It seeks to explain the meaning and components, as well as the relationships among related variables. From the literature review, it is evident that popular variables studied include service quality, organizational innovation, and business performance of small hotels in Thailand. Summarizing the literature, it can be concluded that being an innovative organization in the small hotel business sector in Thailand comprises five key components: service quality, digital transformation, strategic management, organizational innovation, and business performance, including the reflective relationships indicated by empirical studies. These findings suggest that implementing these aspects effectively leads to improved business operations, resulting in positive outcomes for business performance, both financially and non-financially.

Keywords

Service quality, Digital transformation, Strategy management, Organizational innovation, Business performance

บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านสินค้าและด้านบริการ ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะสามารถรักษาศักยภาพการแข่งขัน ผู้บริหารขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อนำความรู้และแนวคิดใหม่มาสร้างสรรค์และปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการซึ่งนวัตกรรมไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ เท่านั้น แต่รวมไปถึงการให้บริการใหม่และกระบวนการขั้นตอนการบริหารจัดการ การเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ (วฤณดา เผ่าศิริ, 2561)

องค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ในการปรับ เปลี่ยน คุณลักษณะองค์กรหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อน เพื่อ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ความอยู่รอด และความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาดการค้าโลกเสรี ทั้งนี้นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับองค์กร สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมย่อมสร้างจุดขายที่โดดเด่น เย้ายวน และเชิญชวนให้ผู้บริโภคสนใจมากกว่าสินค้าทั่วไป ขณะเดียวกันก็ดึงดูดให้พันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจตกลงปลงใจที่ร่วมคบค้าสมาคมด้วยได้ง่ายกว่า บริษัทที่เร่งค้นคว้านวัตกรรม ไม่เพียงเท่านั้นนวัตกรรมยังช่วยทำให้ระบบหลังบ้านขับเคลื่อนไปได้อย่างไร้อุปสรรค และลดต้นทุนด้วยการเปลี่ยนแปลง หรือการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปก็ถือเป็นนวัตกรรมได้ และควรทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นการสร้างนวัตกรรม คือ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งคน กระบวนการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) และการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategy Management) จากก้าวเล็ก ๆ ที่ละก้าวทุกเดือน ทุกปี แต่สม่ำเสมอจนกลายเป็นก้าวที่ยิ่งใหญ่ จนสามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และมีผลการดำเนินงานที่มั่นคง การพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมได้นั้น ปัจจัยที่สร้างให้เกิดนวัตกรรมก็คือ บุคลากร ทักษะ ความรู้และการสนับสนุนของผู้บริหารที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง

จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรจะต้องพัฒนาและเตรียมความพร้อมให้เท่าทันเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยการบ่มเพาะบุคลากรให้เข้าใจและมีความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงนวัตกรรม (Creative thinking & Innovation Mindset) กล้าคิดอย่างสร้างสรรค์ กล้าทำอย่างมีเหตุและผล (from Fixed Mindset to Growth Mindset) เสริมสร้างความรู้ ทักษะ จนสามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงานกระบวนการทำงาน (Process Innovation) ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการพัฒนาองค์กรสร้างนวัตกรรม สร้างบรรยากาศให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรได้คิดสร้างสรรค์ กล้าที่จะนำเสนอแนวความคิดดี ๆ เพื่อพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม (Innovation) หรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือบริการใหม่ ๆ (Product, Process, Service Innovation) เป็นต้น ที่มีคุณค่า มีประโยชน์ (Value Creation) และสามารถนำมาส่งต่อหรือขยายได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) ได้อย่างมั่นใจ จนสามารถต่อยอดเป็นการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ (Business Model Innovation) ได้ในที่สุด (กัลยารัตน์ ชีระธนชัยกุล, 2564)

ดังนั้น องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ นั้นมีจุดประสงค์เพื่อให้ธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรม อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีการศึกษาถึงแบบจำลองของคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยเป็นจำนวนน้อย และผู้วิจัยเห็นว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะมีความสำคัญต่อธุรกิจโรงแรม รวมถึงคุณประโยชน์ด้านวิชาการ อาทิเช่น นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา ที่สามารถนำผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ในครั้งนี้ไปพัฒนาบูรณาการ และการศึกษาต่อยอดทางวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย
2. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรมของตัวแปรทางด้าน ความหมายและองค์ประกอบของตัวแปร

1. ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน (Millet, 1954; Eric Gonu, 2022; Kondratenko, 2023; Simangunsong, 2023) สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ มี 5 องค์ประกอบอธิบายได้ดังนี้

1.1 การบริการที่เท่าเทียมกัน หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานขององค์กรที่มีฐานของความเท่าเทียมกัน ดังนั้นทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

1.2 การบริการตรงต่อเวลา หมายถึง ในการให้บริการตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานขององค์กรจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

1.3 การบริการอย่างกว้างขวาง หมายถึง การให้บริการจะต้องมีลักษณะ ที่มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม เพียงพอ และยุติธรรมแก่ผู้รับบริการ

1.4 การบริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่อึดตามความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้บริการหรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

1.5 การบริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุง คุณภาพและผลการปฏิบัติงาน มีการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะ ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

2. ตัวแปรการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน (Loonam et.al., 2018; Crosman, 2021 & Garg, 2022 & Vysochan, 2023) สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มี 4 องค์ประกอบอธิบายได้ดังนี้

2.1 ประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อที่องค์กรจะได้พัฒนา เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดคือให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมา ใช้บริการองค์กรของเรา

2.2 รูปแบบธุรกิจ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการทำธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรให้ไปสู่การทำงานที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และยังช่วยให้องค์กร สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น

2.3 เทคโนโลยี หมายถึง การนำความรู้และระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์ เช่น เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการศึกษา เทคโนโลยี การแพทย์ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

2.4 โครงสร้างองค์กรและกระบวนการ หมายถึง ระบบในการการติดต่อสื่อสาร และอำนาจบังคับบัญชาที่เชื่อมต่อกัน และกลุ่มคนเข้าด้วยกัน เพื่อทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายขององค์กร

3. ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategy Management)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน (Gordon Judith R. and associates, 1990, Renzl, 2021& Wheeler, 2022 & Bellini, 2023) สรุปได้ว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ มี 5 องค์ประกอบอธิบายได้ดังนี้

3.1 การกำหนดภารกิจ หมายถึง การกำหนดพันธกิจขององค์กรจะเป็นการกำหนดสภาพแวดล้อมขององค์กร แสดงถึงความพยายามขององค์กรในภาพรวมว่าต้องการให้เกิดผลใดขึ้น พันธกิจขององค์กร สามารถพิจารณาได้จากพระราชบัญญัติจัดตั้งหน่วยงานในองค์การราชการ และวัตถุประสงค์ขององค์กร

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร หมายถึง การวิเคราะห์ดูสิ่งที่เป็นทรัพยากรของธุรกิจ โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรและส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งด้านดีและไม่ดี (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายในองค์กรและ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งด้านดีและไม่ดี

3.3 การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานขององค์กรที่สอดคล้องกับภารกิจที่กำหนดขึ้นมีลักษณะสำคัญ คือ (1) มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจน (2) สามารถวัดได้ (3) เป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันในหมู่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (4) สามารถปฏิบัติได้หรือเป็นจริงได้ (5) ระยะเวลาที่กำหนดไว้ หรือ SMART-GOAL (6) มีความท้าทาย แต่สามารถบรรลุได้ไม่ยาก หรือง่ายจนเกินไป และ (7) วัตถุประสงค์ควรมีการบันทึกหรือเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (documented, written)

3.4 การกำหนดกลยุทธ์องค์กร หมายถึง การกำหนดกลยุทธ์จากการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ประกอบด้วยแผน 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ในระดับองค์การโดยรวม กลยุทธ์ในระดับหน่วยงานย่อยหรือระดับหน่วยธุรกิจ หรือระดับ business-level และแผนระดับปฏิบัติการ หรือ operational-level โดยแผนกลยุทธ์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์ สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.5 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ หมายถึง ขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกระบวนการในการทำงานขององค์กร และเกี่ยวข้องกับการบริหารงานในมิติต่าง ๆ เช่น โครงสร้างขององค์กร ระบบการนำในองค์กร ระบบการติดต่อ สื่อสาร และการควบคุมในองค์กร

4. ตัวแปรองค์กรแห่งนวัตกรรม (Organizational Innovation)

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน (Pawlowska, 2021; Chen, 2022; Jin and Kim, 2022; Naval Lawande 2023) สรุปได้ว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม มี 3 องค์ประกอบ อธิบายได้ดังนี้

4.1 กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ หมายถึง จุดมุ่งหวัง ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น หรือสิ่งที่คิดว่าควรจะเป็นในอนาคต โดยผู้บริหารและบุคลากรทุกฝ่ายขององค์กรมองอนาคตร่วมกันจากการสำรวจสภาพที่แท้จริงทั้งภายในและภายนอกองค์กร แล้วนำมากำหนดเป็น กลยุทธ์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้องค์กร สอดคล้อง และเข้ากันได้ภายใต้เงื่อนไขใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์

4.2 โครงสร้างองค์กร หมายถึง การบริหารจัดการโครงสร้าง การดำเนินงานตามแบบแผนที่กำหนดไว้ รวมทั้งความสัมพันธ์ในเชิงบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ขนาดของการควบคุม ระดับการบังคับบัญชา และระบบการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความยืดหยุ่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4.3 วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง พฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ เป็นฐานคติที่มีแบบแผนซึ่งถูกประดิษฐ์หรือค้นพบจากการเรียนรู้โดยกลุ่มหรือองค์กร และถูกถ่ายทอดไปยังสมาชิกในองค์กร

5. ตัวแปรผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance)

จากการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับ ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ที่พบว่า ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ หมายถึง ตัวชี้วัดขั้นสุดท้ายด้านความมั่นคงทางธุรกิจว่าการดำเนินงานประสบผลสำเร็จ หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำที่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ขององค์กรที่สามารถวัดได้ (Al Sawalqa, 2011; Mutuku, 2022; Kotane, 2022; Tourani, 2022) ใน 2 องค์ประกอบ อธิบายได้ดังนี้

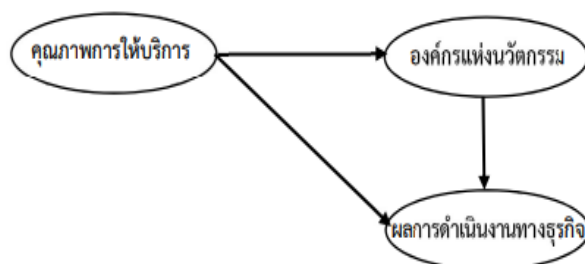
5.1 ผลการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน ใน 4 ด้าน คือ ความยั่งยืนทางการเงินในระยะสั้นและยาว, ความยั่งยืนทางงบประมาณ, และความเพียงพอของการให้บริการ

5.2 ผลการดำเนินงานไม่ใช้การเงิน หมายถึง ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ใน 2 มุมมอง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ เช่น การตัดสินใจทางด้านผลิตภัณฑ์ และการใช้กระบวนการใหม่ ๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ, องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

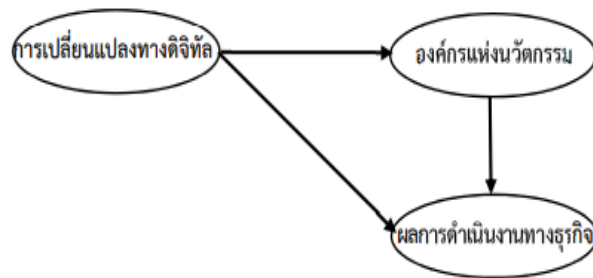
ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ เช่น การศึกษาของ Bakator (2018) Yanga (2020) Phan (2022) และ Lawande (2023) สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับองค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ สามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของ คุณภาพการให้บริการ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
ที่มา: การทบทวนวรรณกรรม

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

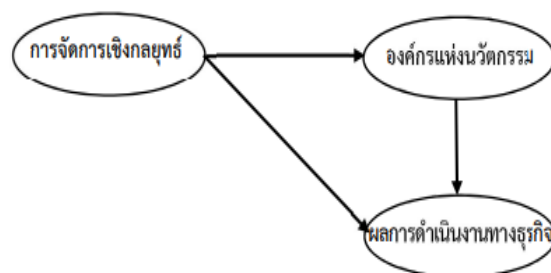
ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ เช่น การศึกษาของ GEORGESCU (2022) Mičić (2022) Pollocka (2023) และ Edward (2023) ที่สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีความสัมพันธ์กับองค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ สามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
ที่มา: การทบทวนวรรณกรรม

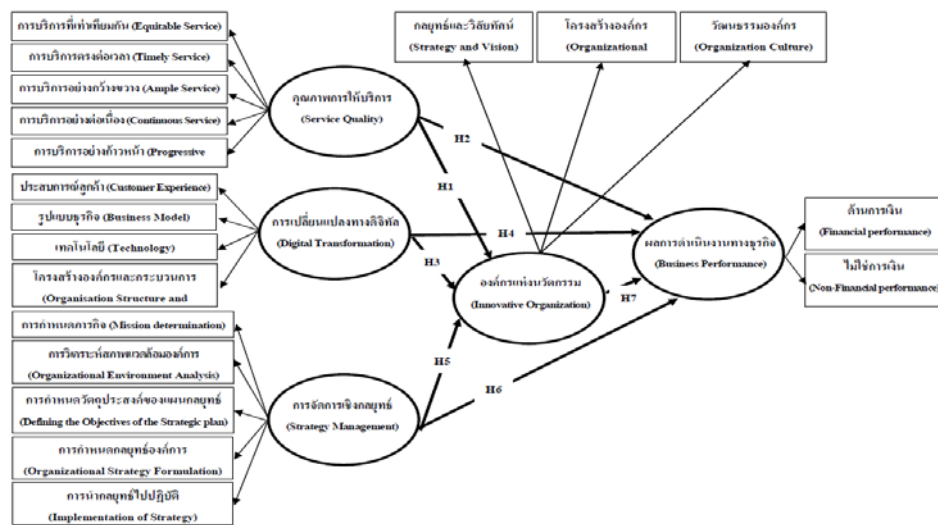
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance) เช่น การศึกษาของ Renzl (2021) Chu (2022) Syariati (2023) และ Panigrahi (2023) ที่สรุปได้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับองค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ สามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ของ การจัดการเชิงกลยุทธ์, องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
ที่มา: การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ และองค์กรแห่งนวัตกรรม รวมถึงความสัมพันธ์ที่สะท้อนจากการศึกษาเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้การดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้นจากการนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมจะเกิดประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินให้สูงขึ้นได้ ดังนั้นหากต้องการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล จึงควรพิจารณาถึงการบริหารจัดการปัจจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสำเร็จได้เช่นกัน และสามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิด โดยมีตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดโดยมีตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้
ที่มา: การทบทวนวรรณกรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การออกแบบงานวิจัย

การทบทวนตัวแปรและองค์ประกอบได้ดำเนินการทบทวนและพิจารณา วิเคราะห์ข้อความคำถามของตัวแปรและองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดร่างแบบสอบถามเบื้องต้นที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยพิจารณาระดับการวัดข้อมูล และข้อความที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาได้อย่างเหมาะสม แนวทางการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาข้อคำถามหรือเครื่องมือการวิจัยที่เป็นแบบสอบถามและยืนยันกรอบแนวคิดและปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาศึกษาในงานวิจัย ผลการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา นำมาใช้ในการร่างแบบสอบถามเครื่องมือการศึกษาโดยนำประเด็นค้นพบมาจัดกลุ่มและคิดแยกตามรายละเอียดที่สอดคล้องและครอบคลุมในประเด็นตัวแปรและองค์ประกอบต่างๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การจัดสรรขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) เนื่องจากจำนวนของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) อย่างเป็นสัดส่วน กรณีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) จากกรอบแนวคิดในการวิจัยมีตัวแปรแฝง (Latent Variables)

จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 19 ตัวแปร เนื่องด้วยนักสถิติแนะนำว่า ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, et al., 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 19 = 285$ ถึง $20 \times 19 = 380$

3. เครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยได้จัดเตรียมข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือตัวแปรระดับหนึ่ง และหากพบว่าการสัมภาษณ์มีประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจจะดำเนินการสัมภาษณ์หรือสอบถามในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม และผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปประเด็นเนื้อหา หรือข้อค้นพบเป็นรายชื่อสำหรับการนำมาพิจารณาในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2567 ถึงกรกฎาคม 2567

5. สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้ในการบรรยายข้อมูลหรือผลลัพธ์จากการรวบรวมแบบสอบถามหรือการสำรวจ โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นอกจากนี้ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, SD) ในการวัดระดับข้อมูลตัวแปรได้แก่ คุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

2) สถิติเชิงอนุมาน

สถิติเชิงอนุมานได้นำมาใช้เพื่อตอบสมมติฐานการศึกษาเรื่องแบบจำลองของคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ดำเนินการวิเคราะห์หาค่าสถิติ Pearson Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 19 องค์ประกอบ เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบต่างๆ มีความสัมพันธ์กันในระดับหนึ่งเพื่อให้สามารถวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ในลำดับต่อไปได้อย่างเหมาะสม

สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หาค่า KMO และ Bartlett's Test เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรและองค์ประกอบก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยค่า KMO ต้องมากกว่า 0.5 และ Bartlett's Test ต้องมากกว่า 0.05 ถึงจะสามารถดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบต่างๆ ที่ค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรม และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับและสามารถวัดผลตัวแปร (Latent Variable) ได้อย่างเหมาะสม

สถิติสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การศึกษาครั้งนี้ได้ออกแบบการศึกษาด้วย กระบวนวิเคราะห์สมการโครงสร้างเพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองหรือตัวแบบที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit)

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้วิจัยเห็นว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะมีความสำคัญต่อธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย รวมถึงคุณประโยชน์ด้านวิชาการ อาทิเช่น นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา ที่สามารถนำผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ในครั้งนี้ไปพัฒนาบูรณาการ และการศึกษาต่อยอดทางวิชาการต่อไป ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ และอธิบายในลักษณะที่องค์กรแห่งนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยนำผลการศึกษามาทำการสรุปเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่ายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ และทำการอภิปรายผลเพื่อแสดงถึงความสอดคล้องของผลการศึกษากับการทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะต่อผู้นำไปใช้เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานทางธุรกิจ รวมทั้งคำแนะนำในการวิจัยครั้งต่อไป โดยพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรแห่งนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรจะต้องพัฒนาและเตรียมความพร้อมให้เท่าทันเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้มีความเหมาะสม และพร้อม เป็นเครื่องมือในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Al Sawalqa. (2011). *Balanced Scorecard implementation in Jordan: An initial analysis*. International Journal of Electronic Business Management, 9(3), 196.
- Bakator, M. (2018). *Developing a model for improving business and competitiveness of domestic enterprises*. Journal of Engineering Management and Competitiveness (JEMC), 9(2), 87-96.
- Bellini, N. (2023). *Reluctant innovators: Dynamic capabilities and digital transformation of Italian opera houses in the pandemic crisis*. Administrative Sciences, 13(3), 83.
- Chen, L. (2022). *Perception of organizational politics and innovative behavior in the workplace: The roles of knowledge-sharing hostility and mindfulness*. Journal of Business Research, 145, 268-276.
- Chu, J. C. (2023). *A study on how workforce diversity affects business management strategies*. International Journal of Organizational Innovation (Online), 15(3), 100-108.
- Crosman, P. (2018). *How artificial intelligence is reshaping jobs in banking*. American Banker, 183(88), 1.
- Edward, E. (2023). *Open source corporate governance in the era of digital transformation*. Research Handbook on Digital Strategy, 309.

- Eric Gonu, E. M. (2023). *Customer orientation, service quality and customer satisfaction interplay in the banking sector: An emerging market perspective*. Cogent Business & Management, 10(1), 2163797.
- Garg, J. (2023). *The use of digital healthcare systems to predict diseases*. Asia Pacific Journal of Health Management, 18(1), 267-274.
- Georgescu, A. (2022). *Associative and non-associative business structures: A literature review for the identification of business development opportunities for SME in the digital age*. In Marketing and Smart Technologies: Proceedings of ICMarTech 2021(2), 337-348.
- Gordon, J. R., & Associates. (1990). *Soviet military doctrine and strategy shifts: Principal dynamics and implications for conventional warfare (Volumes I-III)*. The Ohio State University.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate data analysis*. 6th Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Jin, M., & Kim, B. (2022). *The effects of ESG activity recognition of corporate employees on job performance: The case of South Korea*. Journal of Risk and Financial Management, 15(7), 316.
- Kondratenko, N. (2023). *Theoretical and analytical substantiation of the factors affecting the level of service quality management of railway transport enterprises*. Financial & Credit Activity: Problems of Theory & Practice, 2(49).
- Kotane, I. (2022). *Business performance evaluation practice in manufacturing sector in Latvia*. Ekonomika, 101(1), 20-36.
- Lawande, N. (2023). *'Build the golf course first'—An organisational and strategic management perspective on UK defence reviews*. Defence Studies, 1-21.
- Loonam, J., Eaves, S., Kumar, V., & Parry, G. (2018). *Towards digital transformation: Lessons learned from traditional organizations*. Strategic Change, 27(2), 101-109.
- Mićić, L. (2022). *Digital transformation and its influence on GDP*. Economics-Innovative and Economics Research Journal, 5(2), 135-147.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. McGraw-Hill.
- Mutuku, A. K. (2022). *Effect of entrepreneurial skills on organizational performance of small and medium enterprises in Nakuru City-Kenya*. International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA), 10(3), 156-173.
- Panigrahi, S. (2023). *Lean manufacturing practices for operational and business performance: A PLS-SEM modeling analysis*. International Journal of Engineering Business Management, 15, 18479790221147864.
- Pawlowska, E. (2021). *Corporate social responsibility of water and sanitation company in the Czech Republic-Case study*. Energies, 14(13), 3981.
- Phan, D. T. (2022). *Impact of income diversification on the business performance of Vietnamese commercial banks*.
- Pollock, N. L. (2023). *The valorising pitch: How digital start-ups leverage intermediary coverage*. Journal of Management Studies, 60(2), 346-371.
- Renzl, B. (2021). *Organizational agility: Current challenges and future opportunities*. Journal of Competences, Strategy & Management, 11, 1-10.

- Simangunsong, E. (2023). *Analysis of exhibition service quality dimensions: A case in Indonesia*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM), 9(1), 70-70.
- Syariati, A. (2023). *Innovation norms during COVID-19 and Indonesian hotel performance: Innovative energy use as a mediating variable*. Cogent Business & Management, 10(1), 2194119.
- Tourani, N. (2022). *Thriving in a shifting landscape: Role of social media in support of business strategy*. Asia Pacific Management Review, 27(4), 276-281.
- Vysochan, O. (2023). *Trendy raportowania zrównoważonego rozwoju: Systematyczna analiza sieciowa literatury*. Comparative Economic Research, 26(2), 7.
- Wheeler, A. (2022). *Exploring China's Digital Silk Road*. In The Digital Transformation of Logistics: Demystifying Impacts of the Fourth Industrial Revolution (pp. 185-196).
- Yang, C. C. (2020). *The effectiveness analysis of the practices in five quality management stages for SMEs*. Total Quality Management & Business Excellence, 31(9-10), 955-977.

