

นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุค
เศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก
ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

BUSINESS MANAGEMENT INNOVATIONS FOR COMPETITIVE
ADVANTAGES IN THE DIGITAL ECONOMY ERA OF SMALL
AND MEDIUM SIZED HOTEL OPERATORS IN
NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE



¹มุกทิยา สุขาทิพย์ และ ²เยี่ยมดาว ณรงค์ชวานะ

¹Mooktiya Sukathip and ²Yeamdao Narangajavana

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ประเทศไทย

Walailak University, Thailand.

¹Mooktiya.ra@mail.wu.ac.th, ²nyeamdao@wu.ac.th

Received: December 30, 2023; **Revised:** March 26, 2024; **Accepted:** April 30, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษารูปแบบนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพของผู้ประกอบการภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาทางด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การทำงานเชิงรุก (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาได้แก่ การกล้าเผชิญความเสี่ยง ความเชื่อมั่นในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ แรงแบนตาลใจในการประกอบธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสามารถทางนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ 2) รูปแบบนวัตกรรมจัดการธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) เมื่อพิจารณา

¹ นักศึกษา หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการท่องเที่ยวและโปรเซฟ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

รายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ นวัตกรรมบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.01) รองลงมาได้แก่นวัตกรรมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.99) ตามลำดับ 3) ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาได้แก่ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) การมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ตามลำดับ 4) ปัจจัยศักยภาพของผู้ประกอบการทั้ง 6 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวม ได้ร้อยละ 8.20 ($R^2 = 0.082$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ($B = 0.125$, Sig. = 0.009) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 5) รูปแบบนวัตกรรมทั้ง 2 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวม ได้ร้อยละ 1.50 ($R^2 = 0.015$) โดยไม่มีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ นวัตกรรมจัดการธุรกิจ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โรงแรม

Abstract

The objectives of this study are: 1) To study the characteristics of entrepreneurs that affect the creation of competitive advantage in the digital economy era for small and medium sized hotel operators in the area of Nakhon Si Thammarat Province. 2) To study innovation patterns that affect the creation of competitive advantage in the digital economy era for small and medium sized hotel operators in the area of Nakhon Si Thammarat Province. The results of the research found that 1) Overall characteristics of entrepreneurs were found to be at a high level (average 4.00) when considering each aspect from highest to lowest average, including proactive work (average 4.02), followed by daring to face risks self-confidence (average 4.00), desire to succeed entrepreneurial inspiration (mean 3.99) and innovation ability (mean 3.97), respectively. 2) Business management innovation model to create competitive advantage in the digital economy era for Small and medium sized hotel operators. Overall, it was found to be at a high level (average = 4.00) when considering each aspect from highest to lowest average, including: Service innovation (mean = 4.01), followed by Marketing innovation (mean = 3.99) respectively. 3) The competitive advantage of the hotel business in the digital economy era for Small and medium sized hotel operators as a whole was found to be at a high level (average = 4.04) when considering each aspect from highest to lowest

average, namely creating difference (mean = 4.07), followed by Cost advantage and focus on Market Focus (average = 4.04), respectively. 4) These 6 entrepreneurial characteristic factors can together explain the creation of competitive advantage in the digital economy era for medium and small sized hotel operators in the Nakhon Si Thammarat province area, the overall score was 8.20 percent ($R^2 = 0.082$), with factors that had a statistically significant effect as follows: The desire to succeed ($B = 0.125$, Sig. = 0.009) resulted in Statistically significant at the .01 level, while other factors had a non-statistically significant effect. 5) Both factors of the innovation model can together explain the creation of competitive advantage in the digital economy era for small and medium sized hotel operators in the Nakhon Si Thammarat province area, the overall rate was 1.50 percent ($R^2 = 0.015$) with no factors that had a statistically significant effect.

Keywords : Business management innovation, Competitive, Advantage Hotel

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการกระบวนการหล่อหลอมพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของคนในสังคมมากขึ้น ส่งผลให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทต่อวิถีการดำรงชีวิตมากขึ้น สามารถพิจารณาได้จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่นๆ รวมถึงการรูปแบบของกระบวนการสื่อสารทางสังคมที่ส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม จากสถานการณ์และบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาและผลักดันเพื่อให้ประเทศมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ซึ่งรัฐบาลได้มีการส่งเสริมกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจที่อยู่ในรูปแบบของเศรษฐกิจดิจิทัล พร้อมทั้งวางรากฐานระบบเศรษฐกิจให้เป็นไปในรูปแบบของดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อให้เริ่มขับเคลื่อนเศรษฐกิจในทุกภาคส่วน และสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ภายใต้อาณัติของสหประชาชาติ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) เมื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถด้านดิจิทัลในระดับโลกพบว่า ประเทศไทยอยู่ในระดับกลาง อยู่ในอันดับที่ 41 จาก 63 ประเทศ โดยในภาพรวมจุดแข็งคือ การมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือที่สูง มีตลาดการส่งออกสินค้าดิจิทัลที่แข็งแกร่ง และมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคการเงินที่แข็งแกร่ง จุดที่ติดแต่ยังต้องพัฒนาต่อ คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ และการปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบด้านดิจิทัล (IMD WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING, 2017)

แม้ว่าภาคธุรกิจมีความสามารถด้านการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องมีการเร่งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ และรูปแบบธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ใน

ปัจจุบัน ในอุตสาหกรรมโรงแรมนวัตกรรมบริการถือเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการสร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ด้านการให้บริการที่มีความแตกต่าง โดยนวัตกรรมโรงแรมเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องทำการคิดค้น สร้าง พัฒนา ปรับปรุงรูปแบบและกระบวนการให้บริการใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างจากโรงแรมอื่น รวมทั้งนวัตกรรมนั้นต้องสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้อยู่บนพื้นฐานความต้องการด้านการรับบริการที่มีคุณภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการพัฒนาและนำนวัตกรรมบริการมาปรับใช้จะสามารถปรับตัวภายใต้สภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงของอุตสาหกรรมโรงแรม จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า นวัตกรรมบริการเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศใช้สำหรับการบริหารจัดการทั้งในส่วนของการบริหารส่วนหน้าโรงแรม และบริการส่วนหลัง นวัตกรรมเป็นแนวคิดที่ตอบสนองแผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นกระบวนการส่งมอบบริการให้ถึงมือลูกค้าอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมอบความสะดวกสบายของกลุ่มธุรกิจโรงแรม (ธาดา สมานี, 2562)

ธุรกิจโรงแรมมีความเชื่อมโยงและเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกิจกรรมของภาคการท่องเที่ยวโดยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดที่พักแรม (Accommodation) ช่วงปี 2560-2562 คิดเป็นสัดส่วน 2.5% ของ GDP รวมทั้งประเทศ ก่อนที่จะลดลงเหลือสัดส่วน 1.0% ในปี 2563 และ 0.6% ในปี 2564 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ทำให้ GDP หมวดที่พักแรมหดตัวอย่างรุนแรง (วิจัยกรุงศรี, 2565) ซึ่งภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยก็มีการหยุดชะงักในปี 2563 โดยมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของประเทศด้านท่องเที่ยวหดตัวลดลงจากปี 2560 ถึงร้อยละ -63.92 ดังนั้น ในการบรรลุเป้าหมายสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2561 – 2565 คิดเป็นร้อยละ 22 ทำให้ประเทศไทยต้องมีสัดส่วน GDP ด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อยอยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 22.92 ต่อ GDP รวมของประเทศ จึงจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ นับเป็นประเด็นท้าทายอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องรับมือจากความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะการดำเนินมาตรการผ่อนคลายเป็นไปตามมาตรการส่งเสริม เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการรองรับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคอุบัติใหม่ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ทั้งนี้ ยังคงมีประเด็นที่น่าสนใจและจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ ได้แก่ (1) การส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาตินึกถึงและตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย บนแนวคิดนักท่องเที่ยวมั่นใจว่าจะมีความสุขเมื่อได้มาและกลับไปอย่างปลอดภัย (2) การสร้างความเชื่อมั่นความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและอนามัยให้เพิ่มมากขึ้นตามโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) (3) การเพิ่มสมรรถนะของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความยืดหยุ่นและสร้างสรรค์ในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงทั้งในภาวะวิกฤติและภาวะปกติ (4) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถ

ในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชนและ (5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยปรับสมดุลใหม่เพื่อความยั่งยืนเพื่อรักษาธรรมชาติที่ฟื้นตัวดีขึ้นจากช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มุ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ปัจจุบันภาคการท่องเที่ยวของไทยเริ่มเห็นสัญญาณของการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งจากการที่รัฐบาลได้มีการผ่อนคลายมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ รัฐบาลก็ได้มีการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยผ่านการลงทะเบียน Thailand Pass ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2564 เป็นต้นมา (กาญจนา จันทระจิต และคณะ, 2565) ธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งด้านจำนวนโรงแรมและจำนวนห้องพักตามการเติบโตของภาคท่องเที่ยว ทั้งนี้ในอดีตนักท่องเที่ยวต่างชาตินักธุรกิจตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการเดินทางของประเทศ ในระยะหลังรัฐบาลผลักดันแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเมืองรอง ประกอบกับการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและสนามบินในภูมิภาคหลายพื้นที่ เหนี่ยวนำให้เกิดการลงทุนขยายธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นตามมาในจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาคและเมืองท่องเที่ยวต่างๆ (วิจัยกรุงศรี, 2564) ซึ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชถือเป็นหนึ่งในจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค มีพื้นที่กว้างขวางไม่น้อยกว่า 9,942.502 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศและเป็นอันดับที่ 2 ของภาคใต้ อีกทั้งมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายเห็นได้จากรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า รางวัลกินรี (Tourism Awards) มากถึง 19 รางวัล (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2560)

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจะสามารถเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีส่วนช่วยในการผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมสามารถเติบโตและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในอดีตการทำธุรกิจโรงแรมจะให้ความสำคัญกับขนาดห้องพักและจำนวนห้องพักเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กก็สามารถเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ได้ โดยการสร้างความเปรียบทางด้านความหลากหลาย และกระบวนการให้บริการที่เน้นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทันสมัย ทำให้ธุรกิจโรงแรมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่มิมีแนวโน้มในการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้น เพื่อให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรมได้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการให้บริการที่แปลกใหม่และทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจ (กรุงเทพธุรกิจ, 2560) จากข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง การศึกษานวัตกรรมจัดการธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการและรูปแบบนวัตกรรมจัดการธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันใน

ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และผู้ที่มีความสนใจในการประกอบธุรกิจโรงแรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษารูปแบบนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 366 ราย กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษานี้มาจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างใน เจษฎา จันทรา, 2562) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 คน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น (Stratified Random Sampling) จะแบ่งประชากรออกเป็นช่วงชั้นตามขนาดของโรงแรม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close Ended Questions)

ส่วนที่ 2 ศักยภาพของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 รูปแบบของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ประกอบไปด้วย นวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมการตลาด

ส่วนที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 54.26 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 44.27 ส่วนใหญ่จบสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 51.56 มีระยะเวลาในการดำเนินการ 5-10 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 46.35 ส่วนใหญ่มีที่ตั้งกิจการในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.11

2. ศักยภาพของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ศักยภาพของผู้ประกอบการ ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การทำงานเชิงรุก (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ได้แก่ การกล้าเผชิญความเสี่ยง ความเชื่อมั่นในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสามารถทางนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

3. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ นวัตกรรมบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.01) รองลงมาได้แก่ นวัตกรรมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.99) ตามลำดับ

4. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาได้แก่ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) การมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ตามลำดับ

5. ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “ศักยภาพของผู้ประกอบการ” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช” ด้านการสร้างความแตกต่าง

(Differentiation)” (R^2) เท่ากับ 0.069 ดังนั้น ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ได้ร้อยละ 6.90 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ($B=.190$, Sig. = .000) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “ศักยภาพของผู้ประกอบการ” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction)” (R^2) เท่ากับ 0.073 ดังนั้น ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) ได้ร้อยละ 7.30 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ($B = 0.169$, Sig. = 0.037) ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “ศักยภาพของผู้ประกอบการ” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus)” (R^2) เท่ากับ 0.020 ดังนั้น ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) ร้อยละ 2.00 โดยไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “ศักยภาพของผู้ประกอบการ” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งเท่ากับ (R^2) เท่ากับ 0.082 ดังนั้น ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 8.20 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ($B = 0.125$, $Sig. = 0.009$) ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. รูปแบบนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบนวัตกรรม” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation)” (R^2) เท่ากับ 0.000064 ดังนั้น รูปแบบนวัตกรรมส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ได้ร้อยละ 0.0064 โดยไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบนวัตกรรม” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction)” (R^2) เท่ากับ 0.074 ดังนั้น รูปแบบนวัตกรรมส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 7.40 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ นวัตกรรมบริการ ($B = 0.256$, $Sig. = 0.000$) ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบนวัตกรรม” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus)” (R^2) เท่ากับ 0.003 ดังนั้น รูปแบบนวัตกรรมส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) มีความสัมพันธ์กัน ได้ร้อยละ 0.3 โดยไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบนวัตกรรม” และตัวแปรตาม “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช” (R^2) เท่ากับ 0.015 ดังนั้น รูปแบบ

นวัตกรรมส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการ โรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวม มีความสัมพันธ์กัน ได้ร้อยละ 1.50 โดยไม่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1. ศักยภาพของผู้ประกอบการ ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การทำงานเชิงรุก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.99) การกล้าเผชิญความเสี่ยง ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และความสามารถทางนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา สุภาภรณ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้านคือ ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์และด้านความเป็นตัวของตัวเอง

2. รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.00) เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ นวัตกรรมบริการ (ค่าเฉลี่ย= 4.02) รองลงมาได้แก่ นวัตกรรมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.98) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และวรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2562) ทำการศึกษาการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจึงควรหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมที่ทันสมัยในการนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการและการทำการตลาดดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วและช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการบริการ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ส่งผลให้มีรายได้และผลกำไรเพิ่มขึ้นและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของดาวศุภร์ บุญญะสถานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง (2563) ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม โดยประยุกต์ใช้แนวคิด “นวัตกรรมบริการ” ในการสร้างความแตกต่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผ่านทางการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าและคุณค่าเชิงเศรษฐกิจสำหรับผู้ประกอบการ จากการศึกษาพบว่า การสร้างนวัตกรรมบริการให้ประสบ

ความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบนวัตกรรมที่เน้น 1) การสร้างความสมดุลระหว่างการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยี หรือ High-tech กับ High-touch โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องคงไว้ซึ่งหัวใจของการบริการ ทั้งนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้ในนวัตกรรมการบริการนั้น อาจไม่สามารถการตอบโต้ได้ทั้งหมด เนื่องจากงานบริการมีลักษณะเฉพาะที่ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์ของคนเป็นแก่นสำคัญ 2) คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าที่มาจากความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญรวมถึงการคำนึงคุณค่าที่ได้รับเชิงเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ 3) ระดับของการสร้างนวัตกรรมขึ้นอยู่กับศักยภาพและความสามารถขององค์กร และ 4) กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร

3. ปัจจัยศักยภาพของผู้ประกอบการทั้ง 6 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการสร้างความสำเร็จได้เปรียบเทียบการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ได้ร้อยละ 6.90 ($R^2 = 0.069$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ($B = 0.190$, Sig. = 0.016) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) ได้ร้อยละ 7.30 ($R^2 = 0.073$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ($B = 0.169$, Sig. = 0.037) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) ได้ร้อยละ 2.00 ($R^2 = 0.020$) ในส่วนของภาพรวม ได้ร้อยละ 8.20 ($R^2 = 0.082$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ($B = 0.125$, Sig. = 0.009) โดยศักยภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีหลายประการ ซึ่งหากมีคุณลักษณะเพียงบางข้อก็สามารถประสบความสำเร็จได้ ผนวกกับการแข่งขันภายในตลาดที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การวางแผนกลยุทธ์เพื่อใช้สร้างความสำเร็จก็ถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเช่นกัน (สุวิทย์ อินเขียน, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของพุทธพร อักษรไพโรจน์ (2560) กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ทจังหวัดภูเก็ตเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยขีดความสามารถธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง อิทธิพลทำนายสูงสุดจากด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ($R^2 = 0.82$) ค่าการเปลี่ยนแปลงสูงสุดจากแรงผลักดันของคู่แข่งรายใหม่ ($b = 0.19$) และกลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การมุ่งเน้นเฉพาะส่วน (Focus) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มาพักผ่อนและดูแลสุขภาพ (Leisure and Wellness Tourist) ใช้จ่ายต่อชั่วโมงระหว่าง 1,200-3,000 บาท และกลยุทธ์และสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ด้านบริการ ภาพลักษณ์ผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของอัจฉรา เมฆสุวรรณ (2560) ทำการศึกษา ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้ประกอบการ และวัฒนธรรมองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเครือข่ายธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์กร มากที่สุด รองลงมาคือภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพล

ทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา สุภาภรณ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของความสามารถของผู้ประกอบการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง จากความสัมพันธ์พบว่าความสามารถทางการแข่งขันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคล ที่ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการความรู้ให้เกิดมูลค่าต่อไป

4. รูปแบบนวัตกรรมทั้ง 2 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ได้ร้อยละ 0.0064 ($R^2 = 0.000064$) ด้านความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Reduction) ได้ร้อยละ 7.40 ($R^2 = 0.074$) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ นวัตกรรมบริการ ($B = 0.256$, Sig. = 0.000) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการมุ่งตลาดเจาะจงเฉพาะส่วน (Market Focus) ได้ร้อยละ 0.30 ($R^2 = 0.003$) ภาพรวม ได้ร้อยละ 1.50 ($R^2 = 0.015$) ทั้งนี้นวัตกรรมเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์และเชิงสมรรถภาพขององค์กร ที่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงจะสร้างและใช้ทรัพยากรสารสนเทศได้ดีกว่าองค์กรที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่าและยังเสริมแรงกับความสามารถในการปรับตัวอีกด้วย การสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญธุรกิจในปัจจุบันจากเดิมที่โรงแรมจะต้องมีขนาดใหญ่โตกว้างขวาง มีความหลากหลายและเน้นการให้บริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการโรงแรมจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการให้บริการของโรงแรมในรูปแบบที่แปลกใหม่ผ่านนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจ อันจะนำไปสู่การสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภูมิ คุณอุดม (2562) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้รับเหมาติดตั้งกระจกอลูมิเนียมในโครงการอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าผู้รับเหมาติดตั้งกระจกอลูมิเนียมเน้นการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่าง ประกอบด้วย (1) การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และ (2) การสร้างความแตกต่างด้านบริการ ดังนั้น ผู้รับเหมาติดตั้งกระจกอลูมิเนียมจึงสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐาน คุณภาพดีและราคาต่ำกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้ยังเน้นกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Overall Cost Leadership) โดยการปรับปรุงกระบวนการผลิตและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงการรักษาบุคลากรที่มีประสบการณ์และผ่านการฝึกอบรม สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทิพย์ กุลจิตตรศรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ที่พบว่า ในปัจจุบันความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นส่วนประกอบ สำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ๆ เป็นเครื่องมือทางการแข่งขันที่มีความสำคัญ อย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจึงควรให้ ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสให้ ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น ความก้าวหน้าทาง วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทำให้ชีวิตของเราง่ายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา จันทระชิต และคณะ. (2565). การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้วหรือยัง?. วารสารการเงินการ ค้าง. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2566. จาก <http://www.fpojourn.com/thai-tourism-situation/>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). *เจาะลึกพฤติกรรม 'ผู้บริโภคยุค4.0'*. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565. จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760750>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *แผนแม่บทฯ ประเด็น (05) การท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2566. จาก http://nscr.nesdc.go.th/wpcontent/uploads/2022/03/11_NS-05_070365.pdf
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *เอกสารรายงานการสำรวจการมีกรใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2558*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และวรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. (2562). *การสร้างควมได้เปรียบทางการ แข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย : การ ทบทวนวรรณกรรม*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- เจษฎา จันทรา. (2562). *คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบล ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565. จาก http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file/473.pdf
- ณัฐวุฒิ คุณอดม. (2562). *การศึกษากลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้รับเหมา ติดตั้งกระจกอลูมิเนียมในโครงการอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง. (2563). *นวัตกรรมการบริการกับการสร้างคุณค่าใน ธุรกิจโรงแรม*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ, 8(1).
- ทศพร บุญวัชรภักย์. (2559). *ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติก ไทย*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธาดา สมานี. (2562). *นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย*. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ 4. ฉบับที่ 1. 103-110.
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). *ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์. (2560). *ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสปาในโรงแรมและรีสอร์ท พื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวอันดามัน*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559, “มุมมองวิชาการกับการค้นหาความเป็นไทยในอุตสาหกรรมบริการ” คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิจัยกรุงศรี. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจโรงแรม*. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2566. จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/hotels/io/io-hotel-21>
- วิลาวัลย์ อ่อนวงษ์เปรม. (2561). *กลยุทธ์การปรับตัวด้านการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าอาหารไทยดั้งเดิมของประเทศไทย*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรรศกดิ์ คำสามารถ. (2563). *นวัตกรรมการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*. มหาวิทยาลัยเกริก.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ.2560-2564*. นครศรีธรรมราช : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *โครงการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว*.
- สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัด สมุทรปราการ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- อัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2560). *ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย*. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 12 (ฉบับพิเศษ): 13-26.