

นวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

Innovation of Tourist Industry Management in Thailand

สมพงษ์ สุเมธกษกร*

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบเชิงสมมติฐานโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ความสามารถหลัก (Core Competencies) ขององค์การ เพื่อยืนยันองค์ประกอบ (Confirmation Factor Analysis) และวิเคราะห์ยืนยันองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ขององค์การ ว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมจัดการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากประชากร ผู้บริหารนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนกรรมการท่องเที่ยว ระบบฐานข้อมูลธุรกิจสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรรมการท่องเที่ยวถึงความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้แนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View) ที่กล่าวถึงการใช้ทรัพยากรภายในองค์การเพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์การ ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบความสามารถหลักขององค์การที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ความมีคุณค่า (Value) ของทรัพยากรองค์การ ความหาได้ยาก (Rarity) ของทรัพยากรองค์การ การลอกเลียนแบบไม่ได้ (Immutability) ของทรัพยากรองค์การ และการทดแทนกันไม่ได้ (Non-substitutable) ของทรัพยากรองค์การ และความสามารถเชิงพลวัตขององค์การที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้แก่ กระบวนการกลยุทธ์ขององค์การ การเรียนรู้ขององค์การ วิวัฒนาการขององค์การ ตำแหน่งทางทรัพย์สินขององค์การ และการสืบทอดการถ่ายโอนความสามารถขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลผลการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า นวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถสร้างขึ้นได้ด้วยทรัพยากรภายในองค์การเองที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างความสามารถใหม่ เพื่อให้ได้นวัตกรรมในการให้บริการเข้าสู่ตลาดท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ความสามารถหลัก, ความสามารถเชิงพลวัต, แนวคิดฐานทรัพยากร

Abstracts

This research aims to investigate a hypothesis model through Factor Analysis and Core Competencies of an administrative organization. In the case of the Confirmation Factor Analysis and the Dynamic Capabilities have conducted influence on building the

*นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

innovation of tourism management in Thailand in which is consistent with the empirical data based on the Resource-Base View relevant to identify the perception of internal resources used as value creation within the organization.

The results found that the element of core competencies of the organization has been influenced on the innovation of tourist industry in Thailand such as value of internal resources of the organization, lack of resources, difficulty of imitation, and non-substitution of resources in the organization.

Moreover, the dynamic capabilities have been affected the innovation of tourist industry in Thailand such as organizational strategies, learning organization, organizational evolution, resource position of organization, and accession/transfer of organization's competencies, and congruence of interviewed results which supported the hypothesis referred to the innovation of tourism management arising from either change or reconstructed new capacity in order to acquire the innovation created services through tourist markets.

Keywords : Core Competency, Dynamic Capability, Resource-Based View

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคม ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ เป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา โดยมีรายได้เป็นลำดับต้นๆ เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่นๆ ของประเทศ (ผดุงเกียรติ ม่วงนนทศรี, 2554:2) และยังช่วยสร้างอาชีพ และเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ก่อเกิดการกระตุ้นการผลิต และลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้ดีขึ้น รวมทั้งสร้างความตระหนักและเกิดความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ของตน อันนำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ (นำชัย ทนุผล, 2543:3-4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกอันเนื่องมาจากระบบการค้าเสรีในภาคบริการของประเทศนับเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการขนาดใหญ่ที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศเป็นอย่างมาก และเป็นแหล่งสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า เพิ่มการสร้างงานสร้างอาชีพและก่อให้เกิดรายได้เพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในที่สุดอีกทั้งยังมีความสำคัญต่อชุมชนและสังคมอันเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ทำให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในสังคมนอกจากนี้แล้ว การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่าง

คนต่างท้องถิ่นต่างภูมิภาคนำมาถึงความแตกต่างของแต่ละสังคมเกิดการยอมรับในเหตุและผลของสังคมต่างท้องถิ่นและเกิดเป็นความเข้าใจของคนในสังคมและสามารถอยู่ร่วมกันได้ และส่งผลในด้านวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของวัฒนธรรมที่แตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนแหล่งท่องเที่ยว จากข้อมูลสถิติกรมการท่องเที่ยวพบว่าในไตรมาสที่ 4 ปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8.7 ล้านคน ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปี 2556 ถึงร้อยละ 21.9 โดยมีนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนลดลงมากที่สุดร้อยละ 46.7 และนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 42.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียลดลงคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 13.5 ตามลำดับ ปัญหาส่วนหนึ่งอันเนื่องมาจากปัญหาการเมืองภายในประเทศไทยเอง ดังนั้นการศึกษาวิจัยนวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์การเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมุ่งพัฒนาปรับปรุงทรัพยากรและความสามารถขององค์การตามทฤษฎีฐานทรัพยากรจึงเป็นแนวคิดที่องค์การสามารถดำเนินการได้และควรให้ความสำคัญในโลกแห่งการแข่งขันปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษานวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยความสามารถหลักขององค์การ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์การ

และนวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เพื่อทดสอบและยืนยันองค์ประกอบ (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และตรวจสอบข้อมูลเชิงประจักษ์ว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับสมมติฐานเพียงใด

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้เริ่มทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ออกแบบการศึกษาและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ได้กำหนดแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556-มกราคม พ.ศ. 2557 ทำการวิเคราะห์และสรุปผลการวิเคราะห์ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนกรมการท่องเที่ยว ระบบฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เก็บข้อมูลจากสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 10,934 ธุรกิจกิจการ (ข้อมูล ณ 3 กันยายน 2556) ผู้วิจัยเลือกตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้พิจารณาจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่เป็นตัวแทนของธุรกิจอุตสาหกรรมนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรในแบบจำลอง เพื่อทดสอบและยืนยันองค์ประกอบ Tabachnick and Fidell (2001) ให้กำหนดการประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 400 ตัวอย่าง สอดคล้อง Taro Yamane (1973) ที่ความคลาดเคลื่อนจาก

การสุ่มตัวอย่างเท่ากับ ร้อยละ 5 งานวิจัยครั้งนี้ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systemmatic Sampling) โดยการเรียงลำดับตามฐานข้อมูลธุรกิจ ที่จดทะเบียนระบบฐานข้อมูลธุรกิจ สำนักทะเบียน ธุรกิจนำเข้าและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว จึง กำหนดให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดในระดับองค์การมาวิเคราะห์ ดังนั้นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในครั้งนี้ ถูกควบคุมให้อยู่ในระดับองค์การซึ่งเป็นผู้บริหาร ขึ้นไป อันประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหาร ระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น หรือที่อยู่ในระดับ เดียวกันกับตำแหน่งดังกล่าวเป็นตัวแทนของหน่วย วิเคราะห์

นิยามศัพท์

นิยามธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สำหรับการ วิจัยในครั้งนี้หมายถึง ธุรกิจนำเข้าหรือ มัคคุเทศก์ ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือ การให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการ เดินทางสถานที่พักอาหาร ที่พัก และ มัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่จดทะเบียนตาม ระบบฐานข้อมูลธุรกิจนำเข้าและมัคคุเทศก์ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเข้าและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประโยชน์ที่จะได้รับ

จากผลของการวิจัย ทำให้ทราบถึงปัจจัย หรือองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรม การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่ม ผลการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขัน

ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็น ประโยชน์ทั้งกับองค์การอุตสาหกรรมและภาครัฐ ดังนี้

1) ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางให้ องค์การธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทราบถึง รูปแบบความสัมพันธ์ ของปัจจัยหรือองค์ประกอบ ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการขององค์การ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสามารถนำไปใช้เป็น แนวทางในเพิ่มระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน ในอนาคต

2) การวิจัยครั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของไทยสามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนด แนวทางวางแผนในการพัฒนา สนับสนุน ส่งเสริม ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้ ถูกทิศทาง เหมาะสมตรงประเด็นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการ พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ในโอกาสต่อไป

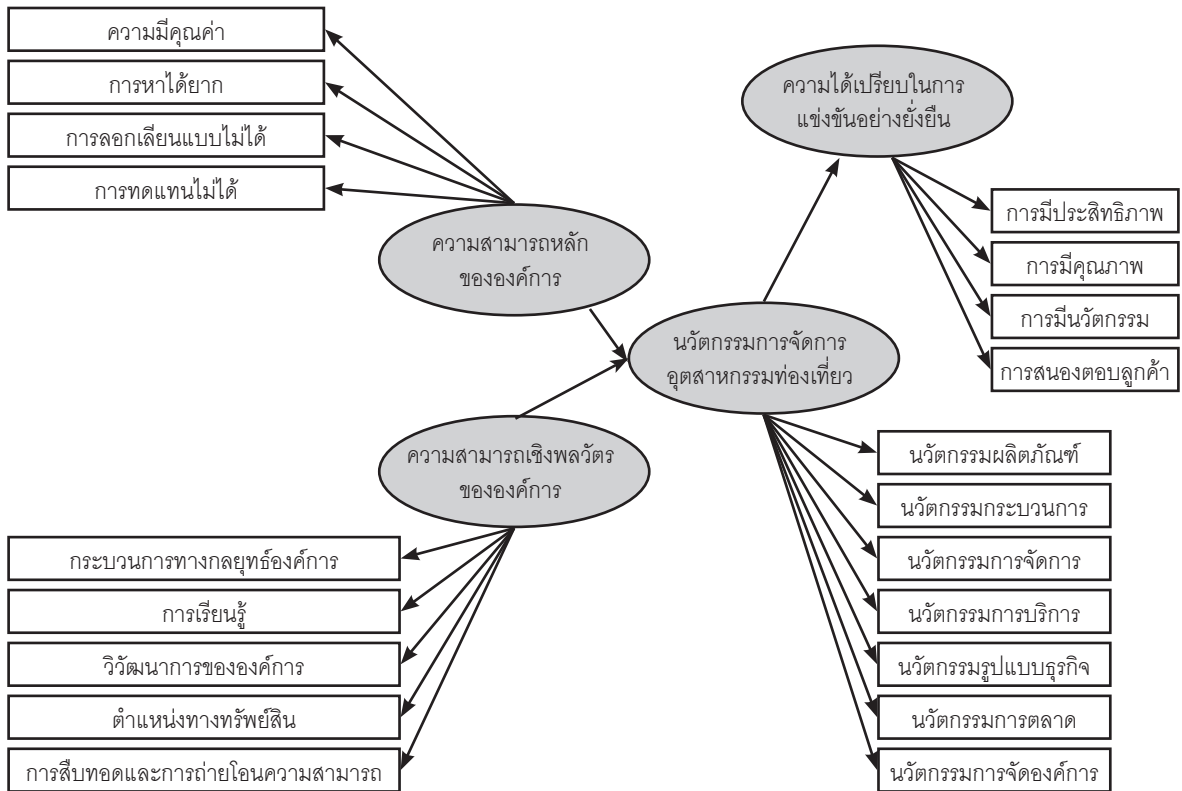
วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1) วิเคราะห์ เพื่อยืนยันองค์ประกอบ ความสามารถหลักขององค์การที่มีอิทธิพลต่อ นวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

2) วิเคราะห์ เพื่อยืนยันองค์ประกอบ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์การที่มีอิทธิพล ต่อนวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จึงได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดัง ต่อไปนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการที่ใช้ในการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สร้างจากกรอบแนวคิดที่ได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากงานวิจัยของนักวิชาการ จากบทความที่เป็นประโยชน์ โดยผ่านกระบวนการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในระดับองค์กรที่ได้กำหนดขอบเขตความเหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดที่น่าเชื่อถือเป็นการยืนยันการนำแนวคิดที่ได้มาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นที่มากขึ้นในการวิเคราะห์สรุปผลและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัย

เชิงคุณภาพนั้นจะนำผลของการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาในประเด็นของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัยที่ได้ โดยมีรายละเอียดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้ประชากร คือ ผู้บริหารและพนักงานที่ดำรงตำแหน่งระดับผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนกรรมการท่องเที่ยว ระบบฐานข้อมูลธุรกิจ สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรมการท่องเที่ยว ณ วันสำรวจข้อมูลมีจำนวน 10,934 ธุรกิจ (ข้อมูล ณ 3 กันยายน 2556)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มประชากรที่ทราบค่าแน่นอน ดังนั้นกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้โดยการแทนค่าสูตร Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และ

มีค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มเท่ากับ 386 ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ราย ในการตอบแบบสอบถาม ตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรแบบมีระบบ (System Sampling) ด้วยการเรียงลำดับ ตามฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวที่จดทะเบียนระบบฐานข้อมูลธุรกิจ สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์กลาง กรมการท่องเที่ยว ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากจำนวนประชากร จำนวน 10,934 ราย ด้วยวิธีการใช้ตารางเลขสุ่ม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ส่วนกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ จำนวน 5 ท่าน สำหรับ ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยเป็นการสุ่มตัวอย่าง ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นของประชากร จึงเป็นการเลือกตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร และมีสถานที่ตั้งขององค์กรอยู่ในจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย เครื่องมือแบบสอบถามที่ออกแบบสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเนื้อหา (Content Validity) ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ 2 ท่าน ด้านการท่องเที่ยว 2 ท่าน และด้านภาษา 1 ท่าน และได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Reliability Test) ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อพิจารณาวัดค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย โดยมีค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา 0.81 สูงกว่าที่กำหนดไว้ว่าไม่ต่ำกว่า 0.70

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน จากค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลองค์ประกอบ ความสามารถหลักและองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัต ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้ผลดังนี้

ค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลองค์ประกอบ

ค่าดัชนี	เกณฑ์
P-value of X^2	< 0.05
X^2/df	< 2.00
GFI	> 0.90
AGFI	> 0.90
CFI	> 0.90
SRMR	< 0.05
RMSEA	< 0.05

Chi-Square/df=1.821, AGFI=0.964, CFI=0.970, RMSEA=0.022 SRMR=0.018
*p<0.05, **p<0.01

สรุปผล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ ความสามารถหลักขององค์กร และองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัต

ขององค์การ โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก พิจารณาจากค่า P-value of X^2 มีค่า 0.027 (มากกว่า 0.05 ผ่านเกณฑ์) ค่า X^2/df มีค่า 1.821 (น้อยกว่า 2.00 ผ่านเกณฑ์) ค่า GFI มีค่า 0.950 ค่า AGFI มีค่า 0.964 ค่า CFI มีค่า 0.970 (ทั้ง 3 ค่ามีค่ามากกว่า 0.90 ผ่านเกณฑ์) ค่า SRMR มีค่า 0.022 (น้อยกว่า 0.05 ผ่านเกณฑ์) ค่า RMSEA มีค่า 0.018 (น้อยกว่า 0.05 ผ่านเกณฑ์)

ผลการวิจัยพบว่าจากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความสามารถหลักขององค์การทั้ง 4 ด้าน เป็นปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยพบว่า องค์ประกอบความหายากของทรัพยากร มีระดับคะแนนสูงสุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนอีก 2 องค์ประกอบที่อยู่ในระดับคะแนนเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ องค์ประกอบการทดแทนกันไม่ได้ และองค์ประกอบการลอกเลียนแบบไม่ได้ ที่คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และ 3.43 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบอยู่ในระดับเห็นด้วยมากซึ่งปรากฏอยู่ในช่วงคะแนน 3.41-4.20 ส่วนองค์ประกอบความมีคุณค่ามีคะแนนเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 โดยภาพรวมพบว่าพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความสามารถหลักขององค์การองค์ประกอบรวมมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 อยู่ในช่วง 3.41-4.20 ทั้งนี้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเนื่องจากการกระจายตัวของข้อมูลมีค่าต่ำ

จากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตขององค์การทั้ง 5 ด้าน เป็นปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ

วัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยพบว่า องค์ประกอบอยู่ในระดับเห็นด้วยมากซึ่งปรากฏอยู่ในช่วงคะแนน 3.41-4.20 ได้แก่ ตำแหน่งทางทรัพยากรขององค์การ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าทุกองค์ประกอบที่คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาและอยู่ในระดับคะแนนเห็นด้วยมากเช่นกันและอยู่ในระดับคะแนนใกล้เคียงกันได้แก่ องค์ประกอบวิวัฒนาการขององค์การและการสืบทอดและการถ่ายโอนความสามารถที่ระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.61 ตามลำดับ ส่วนองค์ประกอบกระบวนการทางกลยุทธ์ขององค์การ และการเรียนรู้ มีช่วงคะแนนอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง คือ 3.33 และ 3.32 ตามลำดับ โดยภาพรวมพบว่าพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความสามารถหลักขององค์การองค์ประกอบรวมมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 อยู่ในช่วง 3.41-4.20 ทั้งนี้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเนื่องจากการกระจายตัวของข้อมูลมีค่าต่ำ

สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผล

ความเป็นนวัตกรรมในองค์การที่เกิดจากทรัพยากรและความสามารถขององค์การเอง มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ องค์ประกอบความสามารถหลักและความสามารถเชิงพลวัต ที่มีอยู่ภายในองค์การล้วนมีคุณสมบัติในการก่อให้เกิดนวัตกรรมกรรมการจัดการขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในลักษณะของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การบริการ การตลาด รูปแบบธุรกิจ การจัดองค์การและการจัดการล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งสิ้น สอดคล้อง

กับข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่ว่า องค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันสูง หากต้องการให้องค์การมีศักยภาพพร้อมสำหรับการแข่งขันได้องค์การจำเป็นต้องเสาะแสวงหานวัตกรรมที่ล้ำสมัยและผู้บริโภคเข้าถึงได้ และการได้มาซึ่งนวัตกรรมขององค์การ จำเป็นจะต้องประกอบไปด้วยทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพทั้งทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรเทคโนโลยีที่โดดเด่นที่ถูกสร้างขึ้นมาจากทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรอื่นๆ ขององค์การเอง เพื่อให้มีความสามารถเหนือกว่าคู่แข่งตลอดเวลาทั้งในด้านการควมมีคุณค่าและไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือมีสิ่งทดแทนได้โดยง่าย จึงจะทำให้องค์การสามารถแข่งขันได้ในโลกการค้าเสรีปัจจุบัน โดยเน้นที่การสร้างขึ้นเองจากทรัพยากรขององค์การด้วยเหตุผลด้านต้นทุนหรือการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรอื่นขององค์การ (ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง คุณศุภกร วิริยาภรณ์ บริษัท ศุภกรทราเวลแอนด์ทัวร์ และคุณธนวัฒน์ พรหมช่วยบุญ บริษัทดอนน่าทัวร์ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2556 และ วันที่ 17 ธันวาคม 2556) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hamel and Prahalad ที่สนับสนุนให้องค์การมีการยกระดับทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันตามแนวคิดฐานทรัพยากร (Hamel and Prahalad, 1994:221-236) และในสถานการณ์ที่องค์การมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายอื่นในอุตสาหกรรม การมีผลกำไรที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมและหากองค์การยังคงรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน

อย่างมั่นคงไว้ได้จะส่งผลต่ออัตรากำไรในระยะยาว ซึ่งถือว่าองค์การมีเสถียรภาพในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ การสนองตอบลูกค้าซึ่งก็คือความยั่งยืนขององค์การในที่สุด

ส่วนความสามารถเชิงพลวัตขององค์การมีอิทธิพล ต่ออนวัตกรรมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่าองค์การที่มีความสามารถเชิงพลวัต ซึ่งมีองค์ประกอบกระบวนการกลยุทธ์ขององค์การ การเรียนรู้ขององค์การ วิวัฒนาการขององค์การ ตำแหน่งทางทรัพยากรสินขององค์การ และการสืบทอดการถ่ายโอนความสามารถขององค์การ และสอดคล้องกับข้อมูลผลการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า องค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ว่าอนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวสามารถสร้างขึ้น ได้ด้วยทรัพยากรภายในองค์การเอง ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างความสามารถใหม่ เพื่อให้ได้นวัตกรรม ในการให้บริการเข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวได้แก่ การเรียน การถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ วิวัฒนาการองค์การของบุคคลกรภายในองค์การที่เป็นองค์ความรู้ที่ไม่สามารถสร้างขึ้นได้ภายในระยะเวลาจำกัด ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่สามารถแข่งขันได้ (ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2557) สอดคล้องกับทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และส่งผ่านสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของ Erin Cavusgil (2007:159) และพรสวรรค์ มงคลชัย (2551:1-12)

และอนวัตกรรมการจัดการขององค์การมีอิทธิพลต่อการแข่งขันอย่างยั่งยืนของ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ผลการสัมภาษณ์พบว่า องค์การที่มีนวัตกรรมการจัดการในระดับที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจที่ผู้ให้สัมภาษณ์ มีความเห็นว่าจำเป็นสำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยลำดับต้นๆ ของนวัตกรรม (ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2556 และเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2557) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Amit และ Schoemaker (1993:33-46) ที่กล่าวถึงความสามารถหลักขององค์กรและความสามารถเชิงพลวัต ขององค์กร ที่มีบทบาทสำคัญก่อให้เกิดการสร้างความสามารถใหม่ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองนวัตกรรมใหม่ที่ถึงเวลาต้องเข้าสู่ตลาดจากทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นผลจากการวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีความสามารถหลักและความสามารถเชิงพลวัตในการสร้างนวัตกรรมจัดการเพื่อให้สามารถเกิดเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ด้วยหลักการแนวคิดฐานทรัพยากร (Hamel และ Prahalad, 1994:

221-236) และ (Barney, 1991:99-120) กล่าวคือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรขององค์กรในการสร้างคุณลักษณะเฉพาะขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยความสามารถหลักขององค์กรเพื่อยกระดับทรัพยากรที่มีคุณลักษณะความมีคุณค่า การหาได้ยาก การลอกเลียนแบบไม่ได้ และการทดแทนกันไม่ได้ ประกอบกับการยกระดับความสามารถเชิงพลวัตในด้านกระบวนการทางกลยุทธ์ การเรียนรู้ วิวัฒนาการขององค์กร ตำแหน่งทรัพย์สิน และการสืบทอดถ่ายโอนความสามารถ เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กรในด้าน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมการจัดองค์กร อันนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งความได้เปรียบที่คู่แข่งไม่สามารถตามได้ทัน อันเนื่องมาจากนวัตกรรมขององค์กร จึงเป็นความได้เปรียบอย่างยั่งยืนในที่สุด ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่โลกแห่งโลกาภิวัตน์บนความเชื่อมต่ออย่างไร้พรมแดนทำให้เกิดการแข่งขันที่รวดเร็วและรุนแรง องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อยกระดับทรัพยากรขององค์กร เพื่อให้เกิดนวัตกรรมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ที่ทรัพยากรขององค์กรสามารถสร้างได้จึงเป็นสิ่งจำเป็นและทำทนายสำหรับการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งหรือเพียงเพื่อให้องค์กรอยู่รอดจึงเป็นแนวคิดที่ไม่ควรละเลย

บรรณานุกรม

- นำชัย ทนุผล. 2543. การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในชุมชนบ้านโป่งตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. **รายงานการวิจัย. สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะธุรกิจการเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.** (2542):3-4
- พรสวรรค์ มงคลชัยอรัญญา และนภาพร ประสมทอง. (2551). “ทฤษฎีว่าด้วยฐานทรัพยากร: อะไรที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน.” **บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.** 3:8 (2551) : 1-12.
- ผดุงเกียรติ ม่วงนนทศรี. 2554. รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ จังหวัดเชียงใหม่. **ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักบริหาร และพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.**
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. 2556. **ฐานข้อมูลธุรกิจที่จดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่จดทะเบียน.** (2556).

- Amit, R., &Schoemaker, P.J.H. (1993). Strategic assets and organization rent. **Strategic Management Journal,** 14 (1), 33-46
- Barney, J. B. 1991. Firm Resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management,** Mar 17 (1), 99-120.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). **Competing for the future.** Boston, MA : Harvard Business School Press.
- Cavusgil, Erin & Seggie, S.H. & Talay, M.B. (2007). Dynamic capabilities View : Foundations and research agenda. **Journal of Marketing Theory and Practice,** 15 (2), 159.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). **Using Multivariate Statistics.** Boston: Allyn and Bacon.