

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมการบริการสำหรับธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ ของประเทศไทย
ผู้เขียน	นางวลัยลักษณ์ รัตน์วงศ์
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติของ ปัจจัยเชิงเหตุอันได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การร่วมผลิตบริการ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยเชิงผล ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการบริการ และนวัตกรรมการบริการ ของธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทยใน 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ติดฝั่งอันดามัน พื้นที่ติดฝั่งอ่าวไทย และพื้นที่ติดชายแดน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมการบริการ กับข้อมูลประจักษ์ของธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย 3) ศึกษาปรากฏการณ์ของปัจจัยเชิงเหตุ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การร่วมผลิตบริการ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยเชิงผล ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการบริการ และนวัตกรรมการบริการ ประกอบการอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณของธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย ใน 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ติดฝั่งอันดามัน พื้นที่ติดฝั่งอ่าวไทย และพื้นที่ติดชายแดน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแบบคู่ขนาน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงเวลาเดียวกัน และพื้นที่เดียวกัน วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 340 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการดำเนินการวิจัย 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม กับผู้บริหารและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 9 ราย และ 3) การเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณ และผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าระดับการปฏิบัติ ของปัจจัยเชิงเหตุ ปัจจัยเชิงผล และนวัตกรรมการบริการของทั้ง 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ติดฝั่งอันดามัน พื้นที่ติดฝั่งอ่าวไทย และพื้นที่ติดชายแดน อยู่ในระดับมาก โมเดลการวัดปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมการบริการ ที่ประกอบไปด้วยตัวแปรแฝง

7 ตัวแปร และตัวแปรสังเกต 17 ตัวแปร เป็นโมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี ($\chi^2=147.592$, $df=98$, $p<.001$, $RMSEA=0.036$, $CFI=0.985$, $SRMR=0.010$) ส่วนโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมบริการเป็นโมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเช่นกัน ($\chi^2=155.412$, $df=109$, $p<.002$, $RMSEA =0.035$, $CFI=0.986$, $SRMR=0.010$) ผลจากการพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมบริการพบความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก 3 ตัวแปร ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การร่วมผลิตบริการ และการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้นวัตกรรมบริการภายใต้บริบทของธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย จำเป็นที่จะต้องมีการพิจารณาปัจจัยสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ และปัจจัยด้านการผลิตบุคลากรในสายการท่องเที่ยวร่วมด้วย ด้านปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมบริการคือ เรื่องของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรโดยเฉพาะเรื่องจิตบริการ ส่วนการพัฒนานวัตกรรมบริการเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ผู้บริหารและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความคิดเห็นว่า นวัตกรรมบริการสามารถที่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า และสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจได้ ด้านผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าตัวแปรที่ใช้ศึกษามีความสอดคล้องกับข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ ส่วนผลการเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมบริการที่ได้จากการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Thesis Title	The Antecedents and Consequences of Service innovation for Tour Business in Southern Thailand
Author	Mrs. Walailak Rattanawong
Major Program	Management
Academic Year	2013

Abstract

The purposes of this research were to 1) evaluate the operating level of casual factors including entrepreneurial orientation, marketing orientation, service co-production, information technology adoption, human resource practice and impact factors including service performance, service innovation of tour business in the South of Thailand with three areas consisting of Andaman coast, Gulf of Thailand coast, and border areas. 2) investigate the conformation of Structure equation modeling of Antecedents and Consequences of service innovation and empirical study of tour business in southern Thailand 3) study the phenomenon of casual factors including entrepreneurial orientation, marketing orientation, service co-production, information technology adoption, human resource practice and impact factors including service performance, service innovation to describe the variables in quantitative research of tour business in the South of Thailand with three areas consisting of Andaman coast, Gulf of Thailand coast, and border areas. People and study sample in this research were tour business in southern Thailand covered Phuket, Suratthani and Songkhla. The mixed research was employed as a research methodology in which quantitative and qualitative research was combined. Consequently, the data collecting process and data analysis process in the same area were implemented simultaneously. Research Methodology was divided into 3 process 1) quantitative research; the data from 340 tour business were collected through questionnaires 2) qualitative research; detail and information were obtained through in-depth interview and observation with 9 entrepreneurs and 3) the comparison of study results of both methods.

The result of quantitative research revealed the high operating level of factual factors, impact factors and service innovation in the study areas consisting of Andaman coast, Gulf of Thailand coast, and border areas. Measuring model of Antecedents and Consequences of service innovation which includes 7 Latent Variables and 17 Observed Variables was conformed to empirical information at a proper level ($\chi^2=147.592$, $df=98$, $p<.001$, $RMSEA=0.036$, $CFI=0.985$, $SRMR=0.010$) while Structure equation modeling of Antecedents and Consequences of service innovation also reveal an equivalent appropriate level ($\chi^2=155.142$, $df=109$, $p<.002$, $RMSEA=0.035$, $CFI=0.986$, $SRMR=0.010$). The result from developing Modeling of Antecedents and Consequences of service innovation express the mutual relationship among 3 external factors; Entrepreneurial orientation, Service Co-production and Information Technology adoption. Nonetheless, service innovation under the circumstance of tour business in southern required the consideration of some other factors such as policy support from government, factors affecting customers' satisfaction and personnel training factors. The major threats of service innovation improvement was human resources administration in organization especially service mind, whereas the service innovation development for advantage in competition, entrepreneurs and administrators accepted that service innovation can attract customer's attention and expand business. In terms of qualitative result, the employed variables were conformed to the result of quantitative study. The result of the comparison of the conformation between quantitative and qualitative result revealed that Structure equation modeling of Antecedents and Consequences of service innovation conforms to empirical data.