

นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย  
Strategic Customer Service Innovation on Organizational Success of Elderly Care  
Business in Thailand

ธันวาคม วิมลชัยฤกษ์

Thanwapor Wimonchalerk

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Department of Management, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

E-mail: [aj.kae0312@gmail.com](mailto:aj.kae0312@gmail.com) ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-4896-1314>

Received 16/05/2023

Revised 19/05/2023

Accepted 30/05/2023

บทคัดย่อ

นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Customer Service Innovation) เป็นการให้บริการเพื่อสนับสนุนการใช้สินค้าหรือบริการ นวัตกรรมบริการมักจะเน้นการนำไอซีทีมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริการ ที่ให้ความสะดวกสบายและประหยัดเวลาแก่ลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และคุณค่าแก่ลูกค้า มีการเสนอบริการผ่านเว็บเทคโนโลยีผลที่คาดว่าจะได้ คือ การเพิ่มผลผลิตของธุรกิจและการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย 3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย และ 4) เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ใช้แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จขององค์กร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 118 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ด้านการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า และผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จขององค์กร โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน และด้านลูกค้า 2) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิง

[291]

.....  
บวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา 3) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน และด้านกระบวนการภายใน

**คำสำคัญ :** นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์; ความสำเร็จขององค์กร; ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ

## Abstract

Strategic Customer Service Innovation is a service to support the use of products or services. Service innovations tend to focus on ICT as part of the service system that provides convenience and saves time to customers, as well as providing useful information and value to customers, services are offered through web technologies, and the expected result is to increase business productivity and create a positive customer experience. Thus, the objectives of this research were 1) to study the strategic customer service innovation of the elderly care business in Thailand, 2) to study the organizational success of the elderly care business in Thailand, and 3) to test the relationship between the strategic customer service innovation and 4) to test the impact of strategic customer service innovation on the organizational success of elderly care businesses in Thailand. Implement concepts of strategic customer service innovation and corporate success. The data were collected from 118 elderly care business operators in Thailand. The questionnaire was used as a tool. Statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. Multiple correlation analysis simple regression analysis and multiple regression analysis. (1) The results of the research revealed that entrepreneurs in the elderly care business in Thailand Also commented on strategic customer service innovation. overall and side by side at the highest level, including maintaining a sustainable relationship Customer Satisfaction, and value creation for customers and elderly care business operators in Thailand Have opinions about the success of the organization. overall and side by side at the highest level, namely financial aspects, customer aspects, internal processes, and learning and development. (2) The relationship and impact analysis, it was found that 1) Strategic customer service innovation Sustainable relationship maintenance 2) Strategic customer service innovation Customer Satisfaction It has a positive relationship and impact on the success of the organization, financial, customer, internal processes. and learning and development. 3) Strategic customer service innovation. Value creation for

customers It has a positive relationship and impact on the success of the organization, finances, and internal processes.

**Keywords:** Strategic Customer Service Innovation; Organizational Success; Elderly Care Business

## บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันกำลังเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) เริ่มมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีมากกว่า 10% ของประชากรทั้งหมดของประเทศ โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี และคาดว่าในปี 2573 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุเกือบ 30% ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ถือได้ว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจความงาม ธุรกิจทางการแพทย์ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ปัจจุบันประเทศไทย มีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่า 10 ล้านคนแบ่งเป็นผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ 90% และผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง หรือเป็นผู้ป่วยติดเตียงจำนวน 10% ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความจำเป็นและความต้องการเฉพาะ จึงทำให้เกิดรูปแบบธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่หลากหลาย ประกอบกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมเมือง (Urbanization) ที่เริ่มมีมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 50% ในปี 2563 และเพิ่มขึ้นเป็น 60% ในปี 2578 โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะทำให้สังคมเป็นครอบครัวเชิงเดี่ยวมากขึ้น ลูกหลานที่ทำงานในเมืองจะต้องพบกับภาวะการแข่งขันในการทำงาน และความเร่งรีบในการเดินทาง ทำให้ไม่สามารถดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวได้อย่างเต็มที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสุขภาพและต้องการได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจึงนับได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีแก่ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุทั้งในรูปแบบเข้าไปเฝ้าเลี้ยง (Day Care) สถานะบริบาล (Nursing Home) และสถานดูแลระยะสุดท้าย (Hospice Care) โดยผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ความต้องการในแต่ละกลุ่มผู้สูงอายุรวมทั้งนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2563) การบริการลูกค้าถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการแข่งขันและความอยู่รอดของธุรกิจ การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีนวัตกรรมบริการโดยใช้แนวความคิดใหม่ ๆ และทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้เห็นถึงความก้าวหน้าสามารถครองใจลูกค้าได้ และสร้างโอกาสในการเติบโตของธุรกิจในอนาคตของการบริการในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Customer Service Innovation) เป็นการให้บริการเพื่อสนับสนุนการใช้สินค้าหรือบริการ นวัตกรรมบริการมักจะเน้นการนำไอซีทีมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริการ ที่ให้ความสะดวกสบายและประหยัดเวลาแก่ลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และคุณค่าแก่ลูกค้า มีการเสนอบริการผ่านเว็บไซต์ผลที่คาดว่าจะได้ คือ การเพิ่มผลผลิตของธุรกิจและการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า (Sharabati, Jawad and Bontis, 2010: 105-131) โดยแนวคิดที่ใช้ในนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน (Sustaining Relationship) 2) ด้านการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

และ 3) ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า (Customer Value) (दनัย เทียนพุฒิ, 2545: 83) ซึ่งนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจของการแข่งขัน และเป็น การสนับสนุนทำให้องค์กรธุรกิจได้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น การทำในสิ่งที่แตกต่างจากผู้อื่นโดยอาศัยการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่ความคิดใหม่ ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อ ตนเองและต่อส่วนรวม

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นผลของการดำเนินงานขององค์กรที่สำเร็จลุล่วง ตามเป้าหมายที่วางไว้ มีการจัดหาและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าที่สุด มีกระบวนการปฏิบัติงานที่เป็น ตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน ทำให้มีความ เจริญเติบโตและเกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย ผลลัพธ์ของธุรกิจที่ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกันมาจนเกิด ประสิทธิภาพสูงสุด สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีกระบวนการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพได้ มาตรฐาน โดยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กรให้คุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีการสูญเสีย น้อยที่สุด (จินตนา สิงจานุสงค์, 2559: 85) โดยแนวคิดที่ใช้ในการสร้างความสำเร็จขององค์กรมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้าน กระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (พสุ เดชะรินทร์, 2551: 38-46) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ขององค์กร ผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจที่สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมี ประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานโดยใช้ทรัพยากร กำลังคน และเวลาอย่างคุ้มค่า มี การสูญเสียน้อย จนทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย ส่งผลให้เกิดการส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้าและจะ ส่งผลดีต่อองค์กรให้มีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ (Elderly care business) เป็นธุรกิจที่น่าจับตามองด้วยแนวโน้มของผู้สูงอายุที่มีมาก ขึ้น ประกอบกับภาวะสังคมเมืองที่แข่งขันกันสูงในการดำรงชีพ รวมถึงความจำกัดทั้งเวลาและสถานที่ในการ ดูแลผู้สูงอายุ ทั้งผู้สูงอายุที่ยังสามารถดูแลตัวเองได้และไม่สามารถดูแลตัวเองได้ ทำให้เริ่มมีผู้ประกอบการราย ใหม่ ๆ ทั้งรายเล็กและรายใหญ่สนใจธุรกิจนี้มากขึ้น มีที่פקอาศัยที่ออกแบบเพื่อผู้สูงอายุ พร้อมบริการด้าน สุขภาพและการแพทย์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่รองรับกับกลุ่มผู้สูงอายุที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่ในอนาคต ประกอบกับนโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติทั้งในด้านการแพทย์ครบ วงจร (Medical Hub) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) และการ เป็นสถานที่พำนักของชาวต่างชาติที่เกษียณอายุแล้ว ที่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในประเทศไทยกว่า 68,000 คน ซึ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวง พาณิชย์, 2563) ดังนั้น การสร้างนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์จะช่วยทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวได้เป็นอย่างดี

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ เพื่อความสำเร็จขององค์กรให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถนำไปกำหนดเป็นนโยบาย แผน การจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งทางตรงและทางอ้อม และกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้มีความยั่งยืนและมีความมั่นคง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

### สมมติฐานการวิจัย

1. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
2. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
  - 1.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 243 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)
2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 1 ตุลาคม 2565 - 30 มกราคม 2566
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

[295]

4.1 นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Customer Service Innovation) โดยประยุกต์จากแนวคิดนวัตกรรมบริการของ ดนัย เทียนพุดิ (2551: 83) ประกอบด้วย

4.1.1 ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน (Sustaining Relationship)

4.1.2 ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Customer Satisfaction)

4.1.3 ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า (Customer Value)

4.2 ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) โดยประยุกต์จากหลักในการวัดความสำเร็จของพสุ เดชะรินทร์ (2551: 38-46) ประกอบด้วย ดังนี้

4.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective)

4.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective)

4.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)

4.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

### การทบทวนวรรณกรรม

ประกิจ เสี่ยมงาม (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานสาขาบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย พบว่าผู้บริหารสำนักงานสาขา บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ด้านการสร้างความพึงพอใจเพื่อลูกค้า และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม และด้านกระบวนการภายใน และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน และด้านลูกค้าผู้บริหารสำนักงานสาขา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ด้านลูกค้า 2) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยรวม ด้านกระบวนการภายใน และ 3) นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยรวม ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม

รุจิรา เหลืองศักดิ์พิชญ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสามารถในการนวัตกรรมด้านการให้บริการและผลการดำเนินงานในการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ความต่อเนื่องในการปรับปรุงการให้บริการเชิงรุกของความสามารถในนวัตกรรมด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในการให้บริการและความเต็มใจในการมีส่วนร่วมของลูกค้า วัฒนธรรมการถ่ายทอดความรู้มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการ

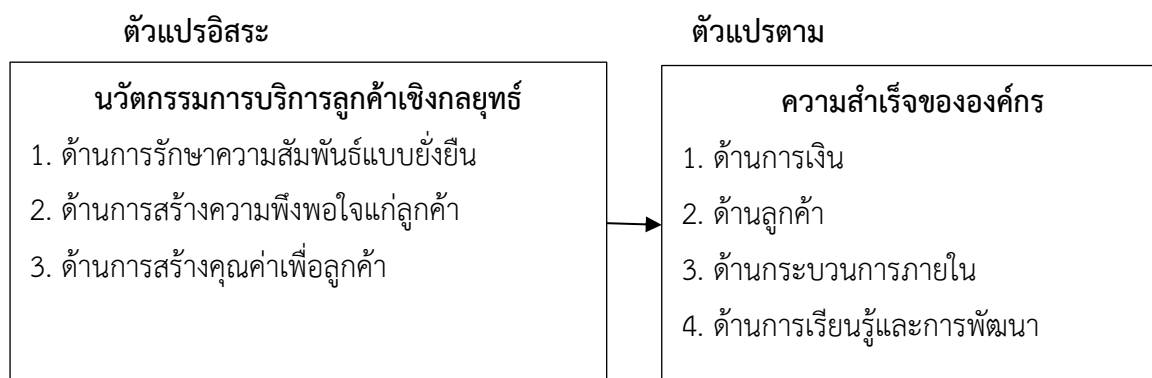
ให้บริการ การบรรลุผลสำเร็จในความพึงพอใจของการให้บริการ และการสร้างคุณค่าในการให้บริการ ในขณะที่ความสามารถในการทำงานร่วมกันของเครือข่ายไม่มีอิทธิพล

วีรภัทร เทียนดำ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพและความภักดีของลูกค้าที่พักเชิงวิถีชีวิตชุมชนในเขตภาคกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่ทุกด้าน ได้แก่ การนำเสนอการบริการรูปแบบใหม่ การผสมผสานการให้บริการ และการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมผู้บริโภค มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ส่วนระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพและความภักดีของลูกค้าที่พักเชิงวิถีชีวิตชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นวัตกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน ประกอบด้วย การนำเสนอการบริการรูปแบบใหม่ การผสมผสานการให้บริการ และการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพ และความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่พักเชิงวิถีชีวิตชุมชน ทำให้เห็นได้ว่านวัตกรรมบริการสามารถทำให้ที่พักเชิงวิถีชีวิตพัฒนาศักยภาพการบริการเพิ่มมากขึ้นและสามารถนำไปใช้พัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ได้อีกด้วย

Limpsurapong and Ussahawanitchakit (2011: 52-80) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริการแบบพลวัต ปัจจัยที่เกิดขึ้นและผลกระทบจากธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเชิงรุกและความคิดของการเปลี่ยนแปลงการให้บริการมีผลต่อการอยู่รอดขององค์กรผ่านความได้เปรียบในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพการให้บริการประสิทธิภาพการบริการที่มีความเป็นเลิศ ความพึงพอใจของลูกค้า การยอมรับของลูกค้าและบริษัท นอกจากนี้ยังได้ทดสอบผลกระทบของ 4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดกลยุทธ์การบริการแบบพลวัต โดยมุ่งเน้นความสำเร็จการบรรลุเป้าหมาย ชีตความสามารถของพนักงานที่มีคุณค่าในการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าที่ชาญฉลาดและการแข่งขันทางธุรกิจที่ซับซ้อนในกลยุทธ์การบริการแบบพลวัต

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



### ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 243 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์การวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินงานทุนในการดำเนินงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน จำนวน 5 ข้อ ด้านสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า จำนวน 5 ข้อ และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 5 ข้อ

#### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม ตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนและความสมบูรณ์ของเอกสาร เตรียมจัดทำลงในกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Forms)

3.2 ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2565 จำนวน 243 ฉบับ ตามรายชื่อเบอร์โทรการติดต่อเพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกลับทางออนไลน์ ซึ่งกำหนดระยะเวลาให้ส่งกลับภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม

3.3 เมื่อครบกำหนด ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 73 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการติดตามแบบสอบถามโดยการโทรศัพท์ ในวันที่ 4 พฤศจิกายน 2565 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาอีก จำนวน 45 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งสิ้น จำนวน 118 ฉบับ

3.4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 118 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 48.56 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 243 ฉบับ ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.5 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับและมีความสมบูรณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และบันทึกคะแนนแต่ละข้อในรูปรหัส (Coding Form) จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ และความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินงานวิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 120-121)

|                            |                  |
|----------------------------|------------------|
| ระดับความคิดเห็นมากที่สุด  | กำหนดให้ 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นมาก        | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นปานกลาง    | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อย       | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด | กำหนดให้ 1 คะแนน |

จากนั้นวิเคราะห์ค่าคะแนนของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 121)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 4.1 สถิติพื้นฐาน

4.1.1 ร้อยละ (Percentage)

4.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

4.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### 4.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

4.2.1 การหาค่าจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค (Item-total-Correlation)

4.2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha-coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

4.2.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยการหาค่า Variance Inflation Factors (VIFs)

### 4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

4.3.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.3.3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี สถานภาพ สมรส ทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 1,000,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี ทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 1,000,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 150,001-250,000 บาท

2. ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า เช่น กิจกรรมการมุ่งเน้นการดำเนินงานบริการให้ถูกต้องตามกฎระเบียบและนโยบายขององค์กรที่ตั้งไว้ กิจกรรมมีความพยายามในการเพิ่มโอกาสการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อการบริการ และกิจกรรมมีความมุ่งมั่นทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นที่ดีต่อการบริการด้วยการสร้างการรับรู้ที่ดีต่อการบริการ 2) ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เช่น กิจกรรมได้สร้างประสบการณ์ที่ดีในการให้บริการจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเป็นลูกค้าอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมมีการสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีเกิดความพึงพอใจแล้วกลับมาให้บริการซ้ำ และกิจกรรมมุ่งสร้างความแตกต่างทางการตลาดและกลยุทธ์การสร้างการเพิ่มพูนผลประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในการบริการ และ 3) ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน เช่น กิจกรรมให้ความสนใจในการลดขั้นตอนการบริการที่มีความซับซ้อนลงเพื่อช่วยให้การบริการมีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น กิจกรรมมุ่งสร้างความแตกต่างทางการตลาด กลยุทธ์การสร้างเพิ่มพูน และรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน และกิจกรรมมีการส่งเสริมการวิเคราะห์ปัญหาการบริการอย่างเป็นระบบพร้อมทั้งสนับสนุนให้มีการวางแผนการทำงานที่ชัดเจนก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง

3. ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จขององค์กร โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เช่น กิจกรรมมีการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมมีการปรับปรุงวิธีการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น การฝึกอบรม และการพัฒนาฝีมือบุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ และกิจกรรมมีกระบวนการบริการที่มีคุณภาพด้วยทักษะของพนักงาน และกระบวนการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ 2) ด้านลูกค้า เช่น กิจกรรมมีการเก็บข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดเป้าหมายและในการบริการลูกค้า กิจกรรมมีความสามารถในการรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รักษาลูกค้ารายเดิมและการแสวงหาลูกค้าใหม่ และกิจกรรมเอาใจใส่ต่อคำแนะนำของลูกค้า และได้้นำคำแนะนำดังกล่าวมาวิเคราะห์และปรับปรุงในการให้บริการที่ดีขึ้น และ 3) ด้านกระบวนการภายใน เช่น กิจกรรมมีการส่งเสริมการจัดระบบการทำงานเป็นทีม เน้นการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ กิจกรรมมีการพัฒนาและฝึกการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้า และ

.....  
กิจการมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ตรงตามความต้องการเพื่อให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

4. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร โดยรวม (OS) ได้แก่ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน (SR) ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (CS) และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า (CV) ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$OS = 0.671 + 0.232 SR + 0.437 CS + 0.186 CV$$

เมื่อพิจารณาสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านการเงิน

$$FP = 0.153 + 0.269 SR + 0.262 CS + 0.234 CV$$

2) ด้านลูกค้า

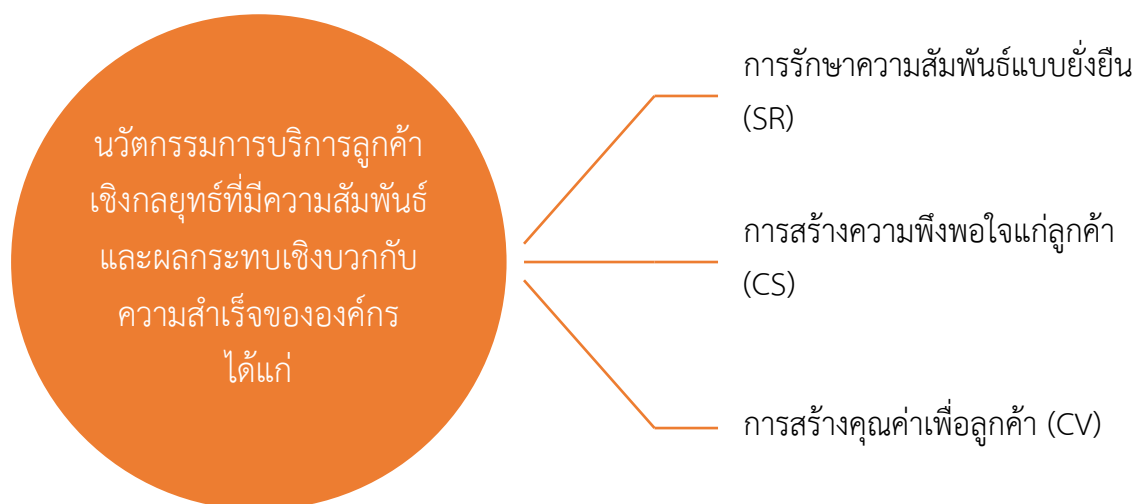
$$CP = 0.254 + 0.307 SR + 0.633 CS$$

3) ด้านกระบวนการภายใน

$$IPP = 0.864 + 0.538 CS + 0.259 CV$$

4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

$$LGP = 0.644 + 0.319 SR + 0.550 CS$$



แผนภาพที่ 2 นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ โดยรวม ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุง พัฒนา หรือการสร้างสิ่งใหม่ ๆ แนวคิดใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มมูลค่าของการบริการให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริการ และได้มาซึ่งผลกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกิจ เสงี่ยมงาม (2560) พบว่า ผู้บริหารสำนักงานสาขา บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ การรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ด้านการสร้างความพึงพอใจเพื่อลูกค้า และด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และณัฐสินี สงจันทร์ (2560) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนองในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพร ศรีณจันทร์ (2561) พบว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรมการผลิต และด้านนวัตกรรมกระบวนการ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันความสำเร็จขององค์กรถือเป็นเรื่องสำคัญ ปัจจัยความสำเร็จขององค์กร จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ วางกลยุทธ์ และยังเป็นเครื่องมือในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติซึ่งพบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของผู้บริหารส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ที่การวางแผนหรือการจัดทำกลยุทธ์แต่อยู่ที่ความสามารถในการนำกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้นไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพงษ์ ลาภสถาพร (2561) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ แฟรนไชส์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จองค์กร โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ทเวชาลี (2561) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านมุมมองลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล (2562) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์มีความ

คิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

3. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน และด้านลูกค้า เนื่องจากการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการให้มี ความทันสมัยหรือการสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยนวัตกรรมจะเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกิจ เสงี่ยมงาม (2560) พบว่า นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพร ศรีมณี (2561) พบว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาดา สมานี (2562) พบว่า นวัตกรรมบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งเป็นการคิดค้นสร้างพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บนพื้นฐานความต้องการการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น บริษัทที่มุ่งเน้นการสร้างและนำนวัตกรรมมาให้บริการจะมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของบริษัท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์ (2563) พบว่า ความต่อเนื่องในการปรับปรุงการให้บริการเชิงรุกของความสามารถในนวัตกรรมด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในการให้บริการ และความเต็มใจในการมีส่วนร่วมของลูกค้า วัฒนธรรมการถ่ายทอดความรู้มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการให้บริการ การบรรลุผลสำเร็จในความพึงพอใจของการให้บริการ และการสร้างคุณค่าในการให้บริการ

4. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้าด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เนื่องจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์เรื่องบริการ การปรับปรุงอย่างรอบด้านและต่อเนื่องให้มีขีดสมรรถนะสูง มีวิสัยทัศน์และมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการปรับปรุงกระบวนการบริการให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้า มีความริเริ่มและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องวางแผนและตัดสินใจอย่างมีเหตุผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์สยามันต์ ไยสามเสน และประทีป พิษทองกลาง (2562) พบว่า การสร้างความประทับใจด้านการบริการให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม และการมีนวัตกรรมการให้บริการต่าง ๆ ที่ทันสมัยให้แก่ลูกค้า เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือบริการที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์ (2563) พบว่า ความต่อเนื่องในการปรับปรุงการให้บริการเชิงรุกของความสามารถในนวัตกรรมด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในการให้บริการ และความเต็มใจในการมีส่วนร่วมของลูกค้า วัฒนธรรมการ

ถ่ายทอดความรู้มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการให้บริการ การบรรลุผลสำเร็จในความพึงพอใจของการให้บริการ และการสร้างคุณค่าในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรภัทร เทียนดำ (2563) พบว่า นวัตกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน ประกอบด้วย การนำเสนอบริการรูปแบบใหม่การผสมผสานการให้บริการและการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพ และความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Limpsurapong and Ussahawanitchakit (2011: 52-80) พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเชิงรุก และความคิดของการเปลี่ยนแปลงการให้บริการมีผลต่อการอยู่รอดขององค์กรผ่านความได้เปรียบในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพการให้บริการประสิทธิภาพการบริการที่มีความเป็นเลิศ ความพึงพอใจของลูกค้า

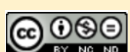
5. นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน และด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาประยุกต์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในผลิตภัณฑ์และบริการทำให้เกิดคุณค่าในผลิตภัณฑ์และบริการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสร้างความพึงพอใจที่จะนำไปสู่ความภักดีของลูกค้า โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ นวัตกรรมบริการมุ่งเน้นการผลิตและการบริการโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมบริการนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัศร รอดอยู่ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2562) พบว่า รูปแบบของนวัตกรรมบริการในสนามกอล์ฟ 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) ด้านความแตกต่างในการบริการ 2) ด้านเทคโนโลยี 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านความทันสมัย และ 5) ด้านการพัฒนาเสริมสร้างทักษะในการให้บริการของบุคลากร และนวัตกรรมบริการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริการ ได้แก่ คุณค่าทางจิตใจและคุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และชงค์สุตา โตท่าโรง (2563) พบว่า การสร้างนวัตกรรมบริการให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยการออกแบบนวัตกรรมที่เน้น ได้แก่ 1) การสร้างความสมดุลระหว่างการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยี 2) คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าที่มาจากความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา เหลืองศักดิ์พิชญ์ (2563) พบว่า ความต่อเนื่องในการปรับปรุงการให้บริการเชิงรุกของความสามารถในนวัตกรรมด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในการให้บริการ และความเต็มใจในการมีส่วนร่วมของลูกค้า วัฒนธรรมการถ่ายทอดความรู้มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการให้บริการ การบรรลุผลสำเร็จในความพึงพอใจของการให้บริการ และการสร้างคุณค่าในการให้บริการ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

[305]

Citation:



ธันวาคม วิมลชัยฤกษ์. (2566). นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจและผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 3 (4), 291-308

Wimonchalerk, T., (2023). Strategic Customer Service Innovation on Organizational Success of Elderly Care Business in Thailand. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 3 (4), 291-308; DOI: <https://doi.org/10.14456/iarj.2023.191>

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน โดยกิจการควรให้ความสนใจในการลดขั้นตอนการบริการที่มีความซับซ้อนลงเพื่อช่วยให้การบริการมีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น และมุ่งสร้างความแตกต่างทางการตลาด กลยุทธ์การสร้างเพิ่มพูน และรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน เพราะจะทำให้รักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รักษาลูกค้ารายเดิมและการแสวงหาลูกค้าใหม่ได้

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างภาพพจน์ใจแก่ลูกค้า โดยกิจการควรสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีเกิดความพึงพอใจแล้วกลับมาให้บริการซ้ำ และสร้างความแตกต่างทางการตลาดและกลยุทธ์การสร้างการเพิ่มพูนผลประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในการบริการ เพราะจะทำให้กระบวนการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามมาตรฐาน

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ ด้านการสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า โดยกิจการควรมีความมุ่งมั่นทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นที่ดีต่อการบริการด้วยการสร้างการรับรู้ที่ดีต่อการบริการ และมุ่งเน้นการดำเนินงานการบริการให้ถูกต้องตามกฎหมายและนโยบายขององค์กรที่ได้ตั้งไว้เพราะจะทำให้ความสามารถในการดำเนินงานที่ดีจะส่งผลให้มีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยสภาพปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อจะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงในการประกอบธุรกิจอันจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่มีศักยภาพขององค์กร

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยตัวแปรอื่น ๆ เช่น ด้านกฎหมาย ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ที่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้ผลที่ถูกต้องซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ในกลุ่มของระดับอาเซียนที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรต่อไป

2.4 ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์หรือปัจจัยอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.5 ควรมีการศึกษาวิจัยธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในรูปแบบอื่น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2562). *พาณิชย์เร่งแก้ปัญหาการขาดแคลนธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในไทย*. Retrieved from: [https://www.dbd.go.th/news\\_view.php?nid=469413863](https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469413863)
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2563). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ*. Retrieved from: [https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2563/T26/T26\\_202003.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/T26/T26_202003.pdf)
- จินตนา สิงจานุสงค์. (2559). *ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- दनัย เทียนพุด. (2545). *ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ (KPIs) และการประเมินองค์กรแบบสมดุล (BSC)*. กรุงเทพฯ : ดี เอ็น ที คอนซัลแตนท์.
- दनัย เทียนพุด. (2551). *นวัตกรรมบริการลูกค้า*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ส. บุ๊คแบงก์.
- ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง. (2563). *นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ*, 8, 62-75.
- ธาดา สมาน. (2562) *นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 103-110.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- ปฐมพร ศรีมณี. (2561). *นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประกิจ เสี่ยงงาม. (2560). *ผลกระทบของนวัตกรรมบริการลูกค้าเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของสำนักงานสาขาบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์บริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประภัสสร รอดอยู่ และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2562). *แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริการ และพัฒนา นวัตกรรมบริการของสนามกอล์ฟนิกันติกอล์ฟ คลับ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*, *Burapha Journal of Business Management*, 8(2), 103-118.
- พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล. (2562). *ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พสุ เดชะรินทร์. (2551). *Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุจิรา เหลืองศักดิ์ดาพิชญ์. (2563). *ความสามารถในนวัตกรรมด้านการให้บริการและผลการดำเนินงานในการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย, จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(1), 43-67.

- วรพงษ์ ลาภสถาพร. (2561). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารแฟรนไชส์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วีรภัทร เทียนดำ. (2563). นวัตกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเชิงสุนทรียภาพและความภักดีของลูกค้าที่พักเชิงวิถีชีวิตชุมชนในเขตภาคกลาง (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ศักดิ์สยามต์ ไยสามเสน และประทีป พิษทองกลาง. (2562). นวัตกรรมบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (งบประมาณแผ่นดิน). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และณัฐสินี สงจันทร์. (2560). การรับรู้คุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อัจฉราภรณ์ ทวะชาวี. (2561). ผลกระทบของสมรรถนะของระบบสารสนเทศทางบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต) มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D.A., Kumar, V. & Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. 7<sup>th</sup> edition. New York: John Wiley & Sons.
- Limpsurapong, C & Ussahawanitchakit, U., (2011). Dynamic Service Strasser in Thailand, *Journal of International Business and Economics*, 11(4), 52-80.
- Sharabati, Abdel-Aziz A., Jawad, S.N., & Bontis, N. (2010). Intellectual Capital and Business Performance in the Pharmaceutical Sector in Jordan, *Management Decision*, 48, 105-131.