

ผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 15 พฤศจิกายน 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 14 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 28 มีนาคม 2566

รักษิตา ดีอ่ำ^{1*}

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

อรุณี นุสิทธิ์²

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รัตนา สิทธิอ่วม³

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาผลกระทบที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในช่วงภาวะการระบาดระบาคของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 386 ราย ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ขณะที่ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมกระบวนการด้านปรับปรุงกระบวนการทำงาน และองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านการคิดอย่างมีระบบ ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ โดยนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้พนักงานลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน รวมถึงกระตุ้นให้พนักงานสามารถคิดอย่างเป็นระบบได้มากขึ้น

คำสำคัญ: นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ธุรกิจนำเที่ยว ผลการดำเนินงาน

วิธีการอ้างอิง:

รักษิตา ดีอ่ำ, อรุณี นุสิทธิ์ และรัตนา สิทธิอ่วม. (2566). ผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 5(2), 22-35.

*ผู้ประสานงานหลัก: ragsita.33@psru.ac.th

Product Innovation, Process Innovation, Organization Learning and Performance of Travel Agencies in Thailand

Received: November 15, 2022

Revised: March 14, 2023

Accepted: March 28, 2023

Ragsita Deeam^{1*}

Master of Business Administration

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

*Arunee Nusit*²

Assistant Professor, Dr. Master of Business Administration

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

*Rattana Sittioum*³

Assistant Professor, Dr. Bachelor of Accountancy

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of product innovation, process innovation and learning organizations on travel agencies' performance in Thailand during COVID 19 pandemic. The 386 travel agencies in Thailand were selected by stratified random sampling. The data were analyzed using frequency, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The finding indicated that the opinion level of product innovation, process innovation and learning organizations were overall at a highest level. Also, the results of multiple regression showed that travel agencies' performance affected from product and service modification (product innovation), process improvement (process innovation) and systematic thinking (learning organizations) statistically significant at 0.05 level. It was recommended that travel agencies should offer more new tourist routes, improve duplicate working process, and encourage employees to think more systematically.

Keyword: Product Innovation, Process Innovation, Organization Learning, Performance, Travel Agencies.

Cite this article as:

Deeam, R., Nusit, A., & Sittioum, R. (2023). Product Innovation, Process Innovation, Organization Learning and Performance of Travel Agencies in Thailand. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 5(2), 22-35

*Corresponding Author: ragsita.33@psru.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบจากภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นอย่างมาก เห็นได้จากรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่มกราคมถึงธันวาคม 2563 หดตัวประมาณร้อยละ 82.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม และธุรกิจ สถานบันเทิงหลายแห่งต้องปิดกิจการชั่วคราว (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2564) ผลกระทบนี้ทำให้ธุรกิจมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันลดลง ดังนั้น ธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องเปลี่ยนวิธีและรูปแบบการดำเนินงานใหม่ เพื่อให้สามารถรับมือความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและภาวะโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต

การศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการมาใช้เพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวดีขึ้น แม้อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 (Divisekera & Nguyen, 2018) นอกจากนี้ Christa and Kristinae (2021) พบว่าธุรกิจท่องเที่ยวในอินโดนีเซียมีผลการดำเนินงานเป็นบวกได้เมื่อนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่นเดียวกับที่ มิ่งขวัญ บุญรอด (2561) พบว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการใช้จ่ายซึ่งส่งผลให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นได้ นอกจากนี้ เมื่อมีการนำนวัตกรรมกระบวนการมาใช้ในธุรกิจด้านบริการแล้ว ปริญ พิมพัสต์ (2557) พบว่า นวัตกรรมกระบวนการส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานเช่นกัน

นอกจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ Almulhim (2020) ยังสนับสนุนว่า เมื่อธุรกิจบริการนำองค์การแห่งการเรียนรู้มาใช้ในการดำเนินงานจะช่วยให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นได้ และภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 องค์การแห่งการเรียนรู้นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวพัฒนาไปในทิศทางบวก (Christa & Kristinae, 2021) โดยการศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และองค์การแห่งการเรียนรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านท่องเที่ยวในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทยยังไม่ชัดเจนว่า ปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวได้อย่างไร

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวทำหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวมีส่วนสำคัญต่อการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวไปยังธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่าผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะเป็นอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมกระบวนการที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย
 สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย
 สมมติฐานที่ 3 องค์การแห่งการเรียนรู้ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการหรืออำนวยความสะดวกทั้งด้านสถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กฎกระทรวงกำหนดไว้ (พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2551) ธุรกิจนำเที่ยวถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย จากการจ้างงาน สร้างอาชีพ รวมทั้งกระจายรายได้ไปถึงส่วนภูมิภาค (พรพิมล ข้าเพชร และรุ่งรวี จิตภักดี, 2562) จึงนับได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวช่วยให้เกิดการหมุนเวียนภายในระบบเศรษฐกิจ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ดังนั้น เมื่อธุรกิจนำเที่ยวได้รับผลกระทบจากปัจจัยไม่ว่าจะภายในหรือภายนอก เช่น ภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่กระทบต่อรายได้ทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจลดลงย่อมส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย

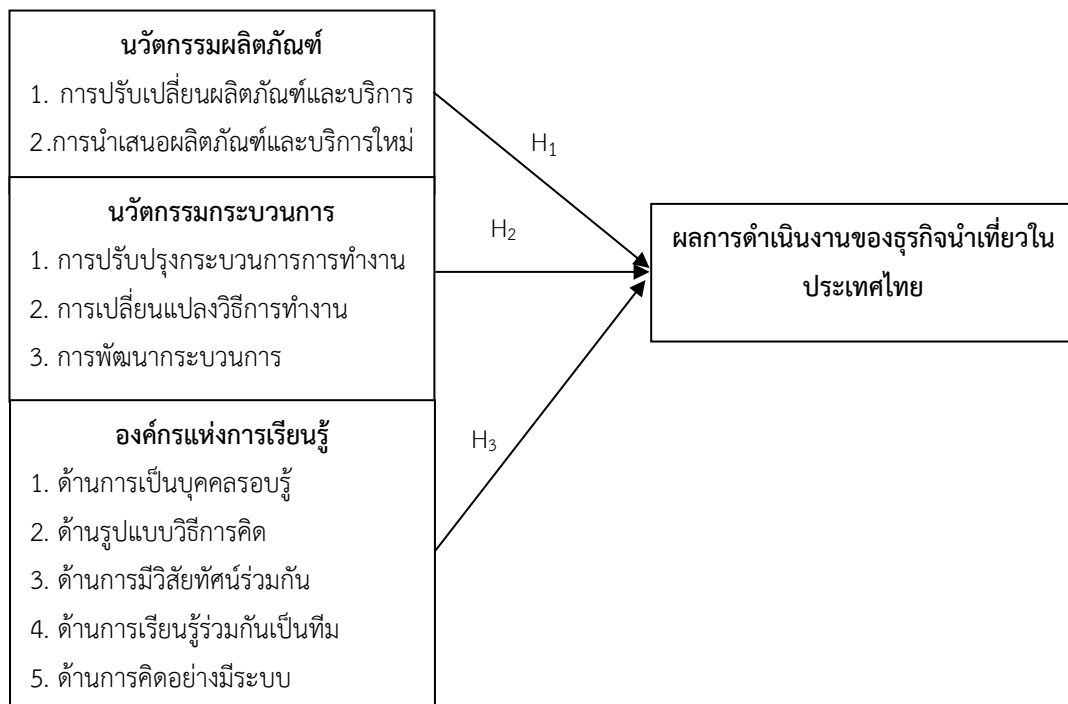
การศึกษาในต่างประเทศเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการนำนวัตกรรมมาใช้ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงวิเคราะห์และอภิปรายจากปัจจัยที่เกิดขึ้นตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ แรงผลักดัน และอุปสรรคของนวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินงาน ทำให้การศึกษานวัตกรรมการท่องเที่ยวยังคงต้องการผลการศึกษาเชิงประจักษ์และเชิงปริมาณมาสนับสนุนแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว (Clausen & Medson, 2014; Birgit, Mike, & Chung-Shing, 2018) อาจเป็นไปได้ว่าแต่เดิมนั้น นวัตกรรมนิยมนำมาใช้กับธุรกิจผู้ผลิต เพราะนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จึงนับเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (วารุณี กุลรัตนวิจิตร, 2560) ขณะที่นวัตกรรมกระบวนการคือการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นวิธีการ เครื่องมือ หรือรูปแบบการจัดการองค์การ (ปริญา นาคปฐม, สันติธ ภูมิภักดี และเกตุศิริ เจริญวิศาล, 2562) องค์การที่นำนวัตกรรมมาใช้จะมีรายได้และผลกำไรสูง ทำให้ประสบความสำเร็จมากกว่าองค์การที่ไม่มีนวัตกรรม (ดวงกมล วิลาวรรณ, 2559)

ผลการศึกษาในต่างประเทศยืนยันได้ว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการช่วยให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวดีขึ้นได้จริง แม้อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 (Divisekera & Nguyen, 2018) นอกจากนี้ Christa and Kristinae (2021) พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวในอินโดนีเซียมีผลการดำเนินงานดีขึ้นเมื่อนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการศึกษาในประเทศไทย ปริญา นาคปฐม, สันติธ ภูมิภักดี และเกตุศิริ เจริญวิศาล (2562) แนะนำว่า ธุรกิจนำเที่ยวควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเส้นทางท่องเที่ยวใหม่มานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับมิ่งขวัญ บุณรอด (2561) ศึกษาว่า ธุรกิจโรงแรมที่นำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาใช้จะช่วยให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก จึงนับได้ว่าช่วยส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน

ผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ดังนั้น การวิจัยนี้สนใจศึกษาว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการและองค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวจะเป็นอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจนำเที่ยวให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ที่ลงทะเบียนไว้กับกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 11,435 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นวิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามภูมิภาค และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้จากการคำนวณด้วยสูตรแบบทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน มิ่งขวัญ บุญรอด, 2561) ดังรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ภูมิภาค	จำนวนธุรกิจนำเที่ยว	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ภาคกลาง	5,199	176
ภาคเหนือ	1,311	44
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	364	12
ภาคใต้	4,561	154
รวม	11,435	386

หมายเหตุ: ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 25 พฤศจิกายน 2563

เครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) มีรายละเอียดแบ่งเป็น 5 ส่วน และนำไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและประเด็นที่ทำการวิจัย (Index of Item Objective Congruence) หรือค่า IOC มีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ทั้งนี้การวิจัยฉบับนี้มีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา คือ 1.00 จากนั้นผู้วิจัย นำแบบสอบถามไปทดลองไปใช้กับประชากร (Try Out) ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) หากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ (มิ่งขวัญ บุญรอด, 2561) สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยการวิจัยครั้งนี้มีค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.90

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 386 ราย เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้วจะทำการตรวจสอบความครบถ้วน และถูกต้องของคำตอบพบว่าทั้ง 386 ราย มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ วิธีการแจกความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย (N=386)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รูปแบบการจัดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว		
ประเภทบุคคลธรรมดา	4	1.00
ประเภทนิติบุคคล	382	99.00
2. ประเภทใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว		
ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่	190	49.20
ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย (Domestic)	8	2.10
ธุรกิจนำเที่ยวทั่วไป (Domestic หรือ Outbound)	188	48.70
3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ		
น้อยกว่า 1 ปี	31	8.03
1-3 ปี	130	33.68
4-6 ปี	222	57.51
6 ปีขึ้นไป	3	0.78
4. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 30 คน	216	56.00
31-50 คน	83	21.50
51-100 คน	87	22.50

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรูปแบบการจัดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวเป็นแบบประเภทนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 99.00 ประเภทใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 49.20 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.51 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน คิดเป็นร้อยละ 56

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ	4.12	0.39	มาก
การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่	4.32	0.37	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.22	0.21	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.32 และการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรม กระบวนการในภาพรวม

นวัตกรรมกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การปรับปรุงกระบวนการการทำงาน	4.13	0.41	มาก
การเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน	4.25	0.31	มากที่สุด
การพัฒนากระบวนการ	4.31	0.30	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.23	0.17	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านนวัตกรรมกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การพัฒนากระบวนการ ค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ ด้านการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยมาก คือ ด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาพรวม

องค์กรแห่งการเรียนรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเป็นบุคคลรอบรู้	4.74	0.32	มากที่สุด
ด้านรูปแบบวิธีการคิด	4.13	0.25	มาก
ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	4.50	0.32	มากที่สุด
ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม	4.61	0.28	มากที่สุด
ด้านการคิดอย่างมีระบบ	4.08	0.39	มาก
เฉลี่ยรวม	4.41	0.18	มากที่สุด

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเป็นบุคคลรอบรู้ ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ค่าเฉลี่ย 4.61 ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านรูปแบบวิธีการคิด ค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการคิดอย่างมีระบบ ค่าเฉลี่ย 4.08

ผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีต่อ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ผลการดำเนินงานในภาพรวม

ผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านลูกค้า	4.65	0.32	มากที่สุด
ด้านกระบวนการภายในองค์กร	4.26	0.53	มากที่สุด
ด้านการเรียนรู้พัฒนา	4.03	0.22	มาก
ด้านการเงิน	4.52	0.33	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.36	0.18	มากที่สุด

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานในภาพรวม
อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านลูกค้า
ค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมา คือ ด้านการเงิน ค่าเฉลี่ย 4.52 ด้านกระบวนการภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย 4.26
ด้านการเรียนรู้พัฒนา ค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	β	SE	Beta		
ค่าคงที่	3.898	0.115		33.899	0.000
การปรับเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์และบริการ (X ₁)	0.143	0.029	0.298	4.928	0.000 *
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ (X ₂)	-0.028	0.030	-0.056	-0.920	0.358
R=0.270, R ² =0.073, Adjusted R ² =0.07					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ด้านการปรับเปลี่ยน
ผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญทาง
สถิติที่ 0.05 สามารถพยากรณ์การส่งผลกระทบ ได้ร้อยละ 7.30 (R² =0.073) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ
92.70 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

นวัตกรรมกระบวนการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	SE	Beta		
ค่าคงที่	4.027	0.183		21.991	0.000
การปรับปรุงกระบวนการทำงาน (X ₃)	0.178	0.074	0.394	2.416	0.016*
การเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน (X ₄)	-0.040	0.039	-0.067	-1.050	0.294
การพัฒนากระบวนการ (X ₅)	-0.052	0.102	-0.084	-0.511	0.609
R=0.278, R ² =0.078, Adjusted R ² =0.070					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงาน มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถพยากรณ์การส่งผลกระทบได้ร้อยละ 7.80 (R²=0.078) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 92.20 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

องค์กรแห่งการเรียนรู้	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	SE	Beta		
ค่าคงที่	3.471	0.247		14.065	0.000
ด้านการเป็นบุคคลรอบรู้ (X ₆)	0.046	0.029	0.080	1.604	0.110
ด้านรูปแบบวิธีการคิด (X ₇)	0.061	0.037	0.082	1.642	0.101
ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (X ₈)	0.025	0.029	0.045	0.883	0.378
ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (X ₉)	-0.044	0.033	-0.066	-1.342	0.180
ด้านการคิดอย่างมีระบบ (X ₁₀)	0.126	0.024	0.266	5.180	.000*
R=0.333, R ² =0.111, Adjusted R ² =0.099					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ด้านการคิดอย่างมีระบบ มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 11.10 ($R^2 = 0.111$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 88.90 เกิดจากปัจจัยอื่นๆ

สรุปผลการวิจัย

ธุรกิจนำเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 99 เป็นนิติบุคคล ส่วนใหญ่ร้อยละ 49.20 มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ ขณะที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.50 มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 4-6 ปี และร้อยละ 56.00 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน

สำหรับระดับความคิดเห็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22$, S.D.=0.21) โดยด้านนวัตกรรมกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.17) องค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.41$, S.D.=0.18) และผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.36$, S.D.= 0.18)

ผลกระทบจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณโดยเรียงลำดับจากตัวแปรอิสระตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ด้านการคิดอย่างมีระบบ มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ด้านการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ทั้งนี้เนื่องจาก การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ทำให้องค์กรมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ปริญญา นาคปทุม, สันติธร ภูมิภักดี และเกิดศิริ เจริญวิศาล (2562) ธุรกิจนำเที่ยวควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำเส้นทางท่องเที่ยวใหม่มาแนะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกัน และนำนวัตกรรมกระบวนการมาปรับปรุงการบริหารจัดการ การสื่อสารเพื่อให้ตรงกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ มิ่งขวัญ บุญรอด (2561) พบว่า การมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ต้องมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง สร้างความพึงพอใจและความประทับใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

ส่วนการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว อาจเป็นไปได้ว่าการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สร้างความเสียหายต่อธุรกิจท่องเที่ยว

ทั่วโลก รวมถึงผลกระทบจากมาตรการปิดเมืองของประเทศไทย เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ต้องหยุดหรือชะลอ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ใด ๆ

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมกระบวนการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ด้านการปรับปรุงกระบวนการการทำงาน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ทั้งนี้เนื่องจากการปรับปรุงกระบวนการการทำงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน เป็นการปรับตัวเข้าสู่สภาวะปกติจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโรค ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว ลูกค้าน่าเกิดความพึงพอใจต่อกระบวนการบริการที่รวดเร็ว ลดต้นทุนในการบริหารจัดการภายใน ซึ่งสอดคล้องกับ ปริญ พิมพ์กลัด (2557) ได้ศึกษาปัจจัย นวัตกรรมองค์กร ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการ พบว่า ปัจจัยของนวัตกรรมองค์กร ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน โดยปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยสูงสุด ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ ทั้งนี้การสร้างความแตกต่างของกระบวนการในการนำเสนอการบริการที่รวดเร็ว แก่ลูกค้าโดยเน้นการนำกระบวนการในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการทำงาน โดยจัดให้มีแผนงานที่ชัดเจนในการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี และวิธีการทำงานเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน และการพัฒนากระบวนการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนากระบวนการต้องได้รับความร่วมมือจากพนักงานทุกคน ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม แต่ในขณะที่เกิดภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ธุรกิจนำเที่ยวจำเป็นต้องหยุดหรือปิดชั่วคราว

สมมติฐานที่ 3 องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ด้านการคิดอย่างมีระบบ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ทั้งนี้เนื่องจากการคิดอย่างมีระบบเป็นส่วนสำคัญที่ทุกคนในองค์กรต้องมีความสามารถในการเข้าใจถึงการคิด เชื่อมโยง การมองภาพรวม มองรายละเอียด ทำให้เกิดความคิดความเข้าใจเชิงระบบ ซึ่งจะ使人ในองค์กรสามารถแก้ไขปัญหาที่สลับซับซ้อนได้ ทั้งนี้เนื่องจากบริบทการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว มีการติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการหลายส่วน มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ เน้นความรวดเร็ว ความคล่องตัว และวางแผนงานให้เป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับ ปริญ พิมพ์กลัด (2557) ได้ศึกษาปัจจัยนวัตกรรมองค์กร และองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการ ผลการวิจัยพบว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการคิดอย่างมีระบบ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินผู้ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยสูงสุด ได้แก่ การคิดอย่างมีระบบ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการประสานงาน สามารถนำความคิดมาแก้ไขปัญหาหรือพัฒนางาน เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้

ด้านการเป็นบุคคลรอบรู้ ด้านรูปแบบวิธีการคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย อาจเป็นเพราะในสถานการณ์ที่ธุรกิจนำเที่ยวไม่มีรายได้เข้ามาทำให้ผู้ประกอบการ มีการลดเงินเดือนพนักงาน พนักงานทำงานที่บ้านชั่วคราว หรือลดชั่วโมงการทำงานลง โดยไม่จ่ายเงินเดือน ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาบุคลากร สร้างแนวทางในการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และสร้างทัศนคติร่วมของคนในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการศึกษา นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ วิฤตการแพร่ระบาดของโรคสร้างความเสียหายให้กับธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างมาก การนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาปรับใช้กับองค์กร ทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ การเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็น และเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว การปรับปรุงเว็บไซต์ของธุรกิจนำเที่ยว สร้างความสมบูรณ์ของการนำเสนอ รูปลักษณ์ให้มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ

2. จากผลการศึกษา นวัตกรรมกระบวนการ ด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงาน การเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน การพัฒนากระบวนการ ซึ่งจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงกระบวนการ โดยใช้ นวัตกรรมกระบวนการมาใช้ ตั้งแต่ขั้นตอนการจอง กระบวนการดูแลนักท่องเที่ยว โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ เช่น การดูแลลูกค้าผ่านแอปพลิเคชัน ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งสินค้า โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง และถูกต้องแม่นยำ

3. จากผลการศึกษา องค์การแห่งการเรียนรู้ ด้านการเป็นบุคคลรอบรู้ ด้านรูปแบบวิธีการคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ด้านการคิดอย่างมีระบบ ผู้ประกอบการต้องสร้างวินัยให้กับบุคลากร มองภาพรวมในองค์กรเป็นแบบเดียวกัน มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกัน มีมุมมองในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารั้งต่อไป ควรนำปัจจัยสภาพเศรษฐกิจ เช่น การเพิ่มขึ้นของเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มาเป็นตัวแปรในการศึกษาเพิ่มเติม เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเงินเฟ้อ สินค้ามีราคาแพงขึ้น ยอดขายลดลง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นส่งผลให้เจ้าของธุรกิจชะลอการผลิต ลดการลงทุนและการจ้างงาน และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย มีผลต่อการตัดสินใจด้านการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในมุมมองต่าง ๆ

ข้อจำกัด

การศึกษารั้งนี้เกิดขึ้นระหว่างเวลาที่ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องปฏิบัติตามนโยบาย และประกาศภายใต้ภาวะการฉุกเฉินในช่วงโควิด-19 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษา และการนำผลการศึกษาไปใช้ในการดำเนินงาน

เอกสารอ้างอิง

ดวงกมล วิลาวรรณ. (2559). *การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง* (พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ปริญ พิมพ์กัลด. (2557). ปัจจัยของนวัตกรรมองค์กร และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่มีอิทธิพลต่อผลดำเนินงานของสถาบันการเงินผู้ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ปริญญา นาคปฐม, สันติธร ภูริภักดี และเกตุศิริ เจริญวิศาล. (2562). ฝ่าวิกฤตธุรกิจนำเที่ยวด้วยทฤษฎีทางนวัตกรรม. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนครสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 14(1), 426-441.
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2551). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 125 ตอนที่ 29 ก. หน้า 2.
- พรพิมล ข้าเพชร และรุ่งรวี จิตภักดี. (2562). นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 14(1), 108-121.
- มิ่งขวัญ บุณรอด. (2561). ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-4 ดาวในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- วรุณี กุลรัตนวิจิตร. (2560). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ) (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). วิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว. *โครงการประเมินผลกระทบโควิด-19 ต่อสังคมและเศรษฐกิจ*. สืบค้น 19 ธันวาคม 2565, จาก <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>
- Almulhim, A. (2020). The effect of tacit knowledge and organizational learning on financial performance in service industry. *Management Science Letters*, 10(10), 2211-2220.
- Brigit, P., Mike, P., & Chung-Shing, C. (2018). Needs, drivers and barriers of innovation: The case of an alpine community-model destination. *Tourism Management Perspective*, 25, 53-63.
- Christa, U. R., & Kristinae, V. (2021). The effect of product innovation on business performance during COVID 19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*. 9(1), 151-158.
- Clausen, T. H., & Madsen, E. L. (2014). Innovation, their knowledge sources and their effects in experience-based tourism. In *Handbook of research on innovation in tourism industries* (pp.113-131). Edward Elgar.
- Divisekera, S., & Nguyen, V. K. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. *Tourism Management*, (67), 157-167.