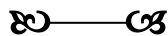


**อิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
ของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย***
**INFLUENCE OF INNOVATION AFFECTING THE COMPETITIVE ADVANTAGE
OF THE ELDERLY CARE BUSINESS IN THAILAND**



รวีพรรณ อุตรินทร์, ภณิตา สุนทรไชย, ไอลัดดา โองกลาง
Raweepan Uttarin, Phanita Soonthornchai, Ailadda Ongklang
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Rajabhat Maha Sarakham University
Corresponding Author E-mail: Raweepan.ut.@bru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน 3) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 220 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีจับฉลากแบบไม่คืนกลับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสำคัญต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า การจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันมีความตรงเชิงโครงสร้าง 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยมีนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.91, 0.41, 0.57, 0.52 ตามลำดับ

คำสำคัญ: นวัตกรรม ความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการความรู้

*Received August 9, 2021; Revised August 14, 2021; Accepted August 15, 2021

Abstract

Objectives of this research article were to: 1. Study opinions on knowledge management, innovation and competitive advantages, 2. Analyze the corroborating elements of knowledge management, innovation and competitive advantage, and 3. Study the causal relationship of knowledge management and innovation influencing the competitive advantage. The quantitative research was used, collecting data by questionnaires with reliability value at 0.983. The data were collected from 220 elderly care business entrepreneurs, using simple random sampling through sampling without replacement and analyzed by frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, confirmatory factor analysis and structural equation model analysis. The results were processed by statistical programs.

The results of this study indicated as follows: 1. Entrepreneurs viewed that knowledge management, innovation, and competitive advantage were the most important to the elderly care business. 2. The results of the confirmatory factor analysis revealed that knowledge management, innovation and competitive advantage were structurally correct. 3. Knowledge management had a direct influence on innovation and competitive advantage. Innovation had a direct influence on competitive advantage. And Knowledge management had an indirect influence on competitive advantage with innovation as a transmission variable. The path coefficients were 0.91, 0.41, 0.57, 0.52 respectively.

Keywords: Innovation, Competitive Advantage, Knowledge Management

บทนำ

ในปัจจุบันประชากรไทยมีอายุยืนยาวขึ้น โดยอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 58 ปีในปี พ.ศ. 2508 มาเป็น 75 ปีในปัจจุบัน ทำให้สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2560) ส่งผลให้เกิดความต้องการเกี่ยวกับบริการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้น เพื่อรองรับจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาพรวมของอมรรักษ์ สวนจุฬาล (2561) พบว่าอุปสรรคของธุรกิจนี้ คือ ความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานและการให้บริการผู้สูงอายุในมุมมองของผู้ใช้บริการยังไม่ดีพอ

และภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองอาจทำให้ญาติ หรือผู้สูงอายุจำเป็นต้องประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้มีข้อจำกัดในการเลือกใช้บริการ และพลสุข นิธิกิจศรานนท์ (2560) ยังได้กล่าวถึงทางเลือกของผู้บริโภคว่า นอกจากการเลือกใช้บริการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุแล้ว ยังมีธุรกิจโฮมแคร์หรือการจ้างผู้ดูแลผู้สูงอายุมาดูแลที่บ้าน บริการดูแลผู้สูงอายุในโรงพยาบาล และโครงการที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นตัวเลือกเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุจำเป็นต้องแข่งขันกัน และเมื่อพิจารณาเฉพาะผลประกอบการของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งมีสถานะยังดำเนินงานอยู่ มีจำนวน 335 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 22 เมษายน 2563) พบว่า ธุรกิจที่มีผลประกอบการขาดทุนมีจำนวนมากถึง 81 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.03 จากจำนวนธุรกิจที่แสดงข้อมูลผลประกอบการ ณ วันที่สืบค้น (จำนวน 184 แห่ง) (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) ดังนั้นธุรกิจนี้จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับแรงกดดันต่างๆ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดี

การที่ธุรกิจจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยการจัดการความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญ เพราะความรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หากองค์กรใดสามารถจัดการความรู้ที่มีอยู่ในบุคลากร องค์กรและทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้ที่ผ่านกระบวนการจัดการมาแล้วนั้นก็จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ (ศิวนันท์ ศิวพิทักษ์, 2557) รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกและนวัตกรรมทำให้เกิดความได้เปรียบในการทำธุรกิจ (Meihami & Meihami, 2013) สอดคล้องกับแนวคิดของ Postolache (2017) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้อย่างถูกต้องช่วยให้องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและยังสอดคล้องงานวิจัยของ Lee et al. (2016) และ Rofiaty (2019) ที่พบว่า การจัดการความรู้ส่งผลต่อนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน

นอกจากนี้นวัตกรรมยังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้ความคิดหรือจินตนาการใหม่ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและทักษะในการสร้างสรรค์ ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการและกระบวนการมีประสิทธิภาพ มีประโยชน์และใช้งานได้มากขึ้น (Katzan, 2015) สอดคล้องกับ Tredgold (2018) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมทำให้ธุรกิจเติบโตได้ง่าย ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความโดดเด่นจากคู่แข่ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถเข้ามาสู่องค์กร รวมทั้งยังช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนสามารถสร้างความแตกต่างระหว่างธุรกิจและยังเป็นเครื่องมือที่ช่วย

ให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังงานวิจัยของ Aziz & Samad (2016) ; Hassan & Raziq (2019) ที่พบว่า นวัตกรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความได้เปรียบในการแข่งขันช่วยให้องค์กรสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูงกว่ามูลค่าที่คาดหวังไว้จากทรัพยากรที่ลงทุนไป ดังแนวคิดของ Porter (1985) ที่เสนอว่า การแข่งขันเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร การแข่งขันจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมของธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุผลการดำเนินงานที่ดีกว่าค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรม ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ความแตกต่างและการมุ่งเน้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Frederiksen (2018) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นการสร้างความแตกต่างที่มีมูลค่าระหว่างบริษัทและคู่แข่ง โดยมีโครงสร้างต้นทุนที่ต่ำกว่าหรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยจำเป็นต้องตื่นตัวในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการจัดการความรู้ รวมทั้งสร้างสรรค์และนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ในธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจดังกล่าวมีคุณภาพ มีผลประกอบการที่ดีและมีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ ตลอดจนผู้ที่สนใจ รวมทั้งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้เป็นแนวทางการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methods) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งหมายถึง เจ้าของ ผู้จัดการ หรือผู้ได้รับมอบหมายจากธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยที่จดทะเบียนเป็นนิติ

บุคคล จำนวน 335 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) -กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 5-10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม กับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง คือ 100-200 ตัวอย่าง (Hair et al., 2010) การวิจัยในครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตจำนวน 11 ตัวแปร ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คือ $11 \times 10 = 110$ ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Sampling) ด้วยวิธีจับฉลากแบบไม่คืนกลับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) อิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ส่วนที่ 2 การจัดการความรู้ ส่วนที่ 3 นวัตกรรม ส่วนที่ 4 ความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.983 โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและนำเสนอในรูปของค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง
2. หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการความรู้ นวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ
3. วิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เพื่อวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน
4. วิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลเชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

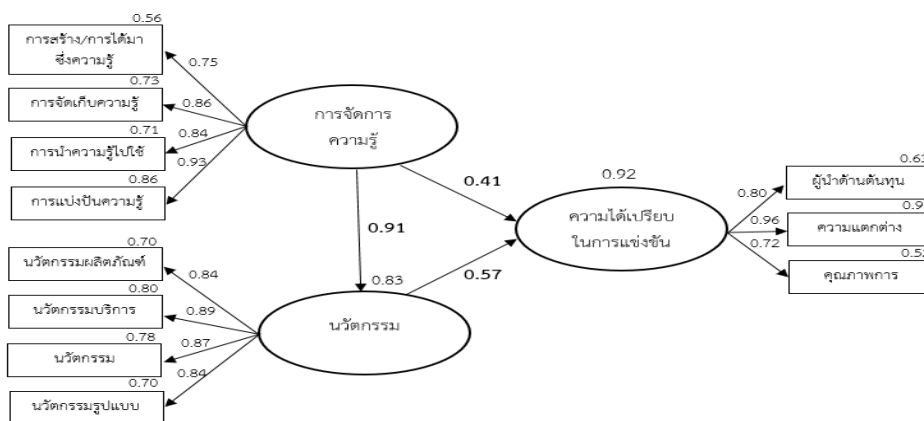
ผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นว่าการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสำคัญต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการจัดการความรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ส่วนนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และความได้เปรียบในการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65

สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ พบว่า มีความตรงเชิงโครงสร้าง โดยการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านการสร้าง/การได้มาซึ่งความรู้ ด้านการจัดเก็บความรู้ ด้านการนำความรู้ไปใช้และด้านการแบ่งปันความรู้ มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.53 - 0.95 ในส่วนนวัตกรรมประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.53- 0.96 และความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย ด้านผู้นำด้านต้นทุน ด้านความแตกต่างและด้านคุณภาพการบริการ มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.50- 0.95 การจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ พบว่า มีความตรงเชิงโครงสร้าง ทำให้ได้โมเดลสมการเชิงโครงสร้างที่ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010); Diamantopoulos & Siguaw (2000) ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงเกณฑ์และค่าสถิติในโมเดลสมการเชิงโครงสร้างอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติในโมเดล
Chi -Square	$P > 0.05$	0.111
GFI	> 0.90	0.983
AGFI	> 0.80	0.924
CFI	> 0.90	0.997
NFI	> 0.90	0.992
IFI	> 0.90	0.997
RMR	< 0.05	0.005
RMSEA	< 0.05	0.046



ภาพที่ 1 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

จากตารางที่ 1 และภาพที่ 1 พบว่า โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีค่า $P\text{-value} = 0.111$, $GFI = 0.983$, $AGFI = 0.924$, $CFI = 0.997$, $NFI = 0.992$, $IFI = 0.997$, $RMR = 0.005$, $RMSEA = 0.046$ ซึ่งมีความสอดคล้องกับบรรณกรรมและข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นอิทธิพลโมเดลสมการเชิงโครงสร้างอิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

ตัวแปร	อิทธิพล	นวัตกรรม	ความได้เปรียบในการแข่งขัน
การจัดการความรู้	อิทธิพลทางตรง	0.91	0.41
	อิทธิพลทางอ้อม	-	0.52
	อิทธิพลโดยรวม	0.91	0.93
นวัตกรรม	อิทธิพลทางตรง	-	0.57
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-
	อิทธิพลโดยรวม	-	0.57
R2		83.0%	92.0%

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 2 แสดงความสอดคล้องระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้ 1) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.91 โดยการจัดการความรู้สามารถอธิบายความแปรปรวนของนวัตกรรมได้ร้อยละ 83 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.41 โดยการจัดการความรู้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันได้ร้อยละ 92.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 3) นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.57 โคนนวัตกรรมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันได้ร้อยละ 92.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 4) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยมีนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.52 โดยการจัดการความรู้และนวัตกรรมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันได้ร้อยละ 92.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากคำถามปลายเปิดในการดำเนินธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ คือ ต้องมีใจรักในสิ่งที่ทำ มีคุณธรรมและความเมตตา ซื่อสัตย์ในหน้าที่ พยายามฟื้นฟูผู้สูงอายุที่ยังสามารถฟื้นฟูได้ให้สามารถกลับไปใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัวได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุยังได้เสนอให้รัฐบาลสนับสนุนธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ ด้วยการช่วยเหลือด้านแหล่งเงินทุน และประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติ หรือคนไทยสามารถเข้าถึงธุรกิจได้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีความคิดเห็นว่าการจัดการความรู้มีความสำคัญต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับองค์การถ่ายทอดความรู้และเป็นส่วนร่วมกับงานวิจัยโปรตอนจากทวีปยุโรป (2560) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นการรวบรวม จัดเรียง หรือสร้างองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร เพื่อให้คนภายในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ หรือข้อมูล และนำมาพัฒนาตัวเองและองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และแนวคิดของเลาดอนและเลาดอน (2560) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้จะช่วยเพิ่มความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้และบูรณาการความรู้เหล่านั้นไว้ในธุรกิจของตน

ในส่วนของนวัตกรรมนั้น ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ นวัตกรรมมีความสำคัญต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ Katzan (2015) ที่กล่าวว่า การสร้างผลิตภัณฑ์บริการ หรือเทคโนโลยีที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือ

บริการมีประสิทธิภาพและมีประโยชน์มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมโดยทั่วไป และ Furseth & Cuthbertson (2016) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมคือการสร้างมูลค่าบนพื้นฐานของความคิดใหม่

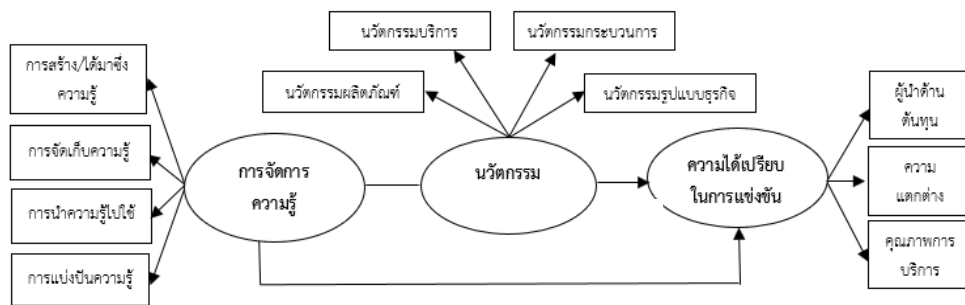
นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสำคัญต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ Rouse (2018) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตำแหน่งที่องค์กรต้องการเพื่อทำกำไรมากกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ได้มาและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแสดงให้เห็นถึงคุณค่าเชิงเปรียบเทียบ หรือคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งและ Amadeo (2019) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าหรือบริการของธุรกิจดีกว่าตัวเลือกอื่นๆ สำหรับลูกค้า

2. จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการจัดการความรู้ นวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ ทำให้ได้โมเดลสมการเชิงโครงสร้างที่ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย และสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้ดังนี้ 1) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.91 เนื่องจากการจัดการความรู้เป็นการสนับสนุนการแบ่งปันแนวคิดการทำงานร่วมกันและการเข้าถึงข้อมูล ช่วยกระตุ้นให้บุคคลสามารถสร้างนวัตกรรม (Wahl, 2018) สอดคล้องกับการศึกษาของ Mardani et al. (2018) ที่พบว่า การจัดการความรู้ส่งผลต่อนวัตกรรมและประสิทธิภาพขององค์กรโดยตรง และการสร้างความรู้ การรวมความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ช่วยให้องค์กรเกิดนวัตกรรมและประสิทธิภาพ รวมทั้งการศึกษาของ Rofiaty (2019) ที่พบว่า การจัดการความรู้ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวก 2) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.41 สามารถอธิบายได้ว่า ความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของการแข่งขันสำหรับธุรกิจ ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ การจัดการและการติดตามการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด (Meihami & Meihami, 2013) ความรู้จึงกลายเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (รุ่งรัตน์ บุญดาว, 2559) ดังนั้นการจัดการความรู้จึงทำให้พนักงานสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Czarniewski, 2014) สอดคล้องกับการศึกษาของ Kaveh et al. (2015) ที่พบว่า การจัดการความรู้ มีสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการแข่งขัน 3) นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.57 เนื่องจาก นวัตกรรมเป็นการทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่

รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคและสร้างผลตอบแทนทางการเงินให้กับธุรกิจ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561) นวัตกรรมมักจะสะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกโดยทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการมีประสิทธิภาพและใช้งานได้มากขึ้น (Katzen, 2015) นวัตกรรมจึงกลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญสำหรับการปรับปรุง การสร้างและการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Distanont & Khongmalai, 2018) สอดคล้องกับการศึกษาของ Chatzoglou & Chatzoudes (2018) ที่พบว่า นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ Aziz & Samad (2016) ที่พบว่า นวัตกรรมมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 4) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.52 สามารถอธิบายได้ว่า ความรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หากองค์กรใดสามารถจัดการความรู้ที่มีอยู่จากบุคลากรและทรัพยากรในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้นั้นก็จะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ ที่มีประโยชน์และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร ทำให้องค์กรสามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, 2557) รวมทั้งการจัดการความรู้ยังถูกต้องยังช่วยให้้องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Postolache, 2017) สอดคล้องกับการศึกษาของ Chatzoglou & Chatzoudes (2018) ที่พบว่า การจัดการความรู้มีผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมต่อนวัตกรรม รวมทั้งนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ Hassan & Raziq (2019) ที่พบว่า กระบวนการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนวัตกรรมและยังส่งผลต่อการบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน

องค์ความรู้จากการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลของการจัดการความรู้และนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้จากงานวิจัย

องค์ความรู้จากผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย คือ การจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการสร้าง/การได้มาซึ่งความรู้ ด้านการจัดเก็บความรู้ ด้านการนำความรู้ไปใช้และด้านการแบ่งปันความรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย ผู้นำด้านต้นทุน ความแตกต่าง และคุณภาพการบริการ เนื่องจาก การจัดการความรู้จะช่วยเพิ่มความสามารถของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในการเรียนรู้และบูรณาการความรู้ไว้ในกระบวนการทำงานของธุรกิจ เพื่อพัฒนาให้เป็นระบบที่สามารถเข้าถึงและนำความรู้ไปพัฒนาบุคลากรและธุรกิจ สอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดการความรู้คือ การพัฒนาคน พัฒนางานและองค์กร เพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบในแข่งขัน รวมทั้งการจัดการความรู้ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยผ่านนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ เพราะนวัตกรรมเป็นการสร้างมูลค่าบนพื้นฐานของความคิดใหม่ และพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ในรูปแบบใหม่ โดยใช้ความคิด หรือจินตนาการใหม่ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และทักษะความชำนาญเข้ามามีส่วนในการสร้างสรรค์ ด้วยการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เป็นผลทำให้ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุเป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดีและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้และ นวัตกรรมโดยจัดทำแผนเชิงกลยุทธ์และจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้และนวัตกรรมมีประสิทธิภาพสามารถบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ ควรจัดโครงการเพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการความรู้และนวัตกรรม เพื่อให้ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุนำไปใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานให้เกิดความน่าสนใจและสามารถแข่งขันกับธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการและข้อจำกัดของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาการจัดการความรู้และนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ และผู้ให้บริการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมและเป็นไปได้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุในด้านอื่นๆต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). นิติบุคคลประเภท กิจกรรมการดูแลรักษาในสถานที่ที่มีที่พักและมีคนดูแลประจำสำหรับผู้สูงอายุ. สืบค้น 22 เมษายน 2563, จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/overview/87301>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2560). ปี 61 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ. สืบค้น 13 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/37506-%E0.html>
- พลสุข นิลกิจศรานนท์. (2560). ธุรกิจสถานดูแล...รับคลื่นลูกใหญ่วัยสูงอายุ. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/26ef1dcc-f6b1-4fad-bf36-aabdd1e9c52/RI_06_Elderly_Care_TH.aspx.
- รุ่งรัศมี บุญดาว. (2559). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจในยุคดิจิทัล. นนทบุรี: ลัคกี้บุ๊กส์.
- เลาดอน, เคนเนธ ซีและเลาดอน, เจน พี. (2560). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. แปลจาก Management information systems. แปลโดย สัลยุทธ์ สว่างวรรณ. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศิวัณน์ ศิวพิทักษ์. (2557). กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ. *สุทธิปริทัศน์*, 28(85), 45-60.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคารกสิกรไทย. (2561). ธุรกิจศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในไทย. สืบค้น 11 มกราคม 2562, จาก https://kasikornbank.com/internationalbusiness/th/Thailand/IndustryBusiness/Documents/201811_Thailand_Elderly_TH.pdf
- องค์การถ่ายทอดความรู้และเป็นส่วนร่วมกับงานวิจัยโปรตอนจากทวีปยุโรป. (2560). *ความหมาย Knowledge Management: KM หรือ การจัดการความรู้*. สืบค้น 5 มกราคม 2562, จาก <http://www.protoneurope.org>.
- อมรรักษ์ สานชล. (2561). การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัย* *ไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(1), 146-152.
- Amadeo. (2019). *What Is Competitive Advantage? Three Strategies That Work: Use These Three Harvard Business School Strategies to Beat Your Competition*. Retrieved May 10, 2019, from <https://www.thebalance.com/what-is-competitive-advantage-3-strategies-that-work-3305828>.

- Aziz & Samad. (2016). Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35(2016), 256-266.
- Chatzoglou, P. & Chatzoudes, D. (2018). The role of innovation in building competitive Advantages: an empirical investigation. *European Journal of Innovation Management*, 21(1), 44-69.
- Czarniewski. (2014). Elements of Knowledge Management Systems of Enterprises. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4(4), 1-8.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage Publications.
- Distanont, A. & Khongmalai, O. (2018). *The role of innovation in creating a competitive advantage*. Retrieved May 18, 2019, from <http://www.elsevier.com/locate/kjss>
- Frederiksen, L. (2018). *Competitive Strategy for Professional Services*. Retrieved May 6, 2019, from <https://hingemarketing.com/blog/story/competitive-strategy-for-professional-services>
- Furseth, P.I. & Cuthbertson, R. (2016). *Innovation in an Advanced Consumer Society Value-Driven Service Innovation*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Hair, J. F. et al. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hassan, N. & Raziq, A. (2019). Effects of knowledge management practices on innovation in SMEs. *Management Science Letters*, 9(7), 997-1008.
- Katzen H. (2015). Design for Service Innovation. *Journal of Service Science (JSS)*, 8(1), 1-6.
- Kaveh, D. et al. (2015). The Relationship between Knowledge Management and Competitive Advantage: A Case Study in Small and Medium-Sized Companies in the Packaging Industry of Khorasan Razavi. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 4(1), 650-659.

- Lee V.H. et al. (2016). Can competitive advantage be achieved through knowledge management? A case study on SMEs. *Expert Systems with Applications*, 65(12), 136-151.
- Mardani, A. et al. (2018). The Relationship between Knowledge Management and Innovation Performance. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 12-26.
- Meihami, B. & Meihami, H. (2013). Knowledge Management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 14(2014), 80-91.
- Porter, M.E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.
- Postolache, A. (2017). *5 Benefits of Knowledge Sharing within an Organization*. Retrieved August 23, 2019, from <https://www.quandora.com/5-benefits-knowledge-sharing-organization>
- Rofiaty, R. (2019). The relational model of entrepreneurship and knowledge management toward innovation, strategy implementation and improving Islamic boarding school performance. *Journal of Modelling in Management*, 14(3), 662-685.
- Rouse, M. (2018). *Competitive Advantage*. Retrieved January 12, 2019, from <https://searchcio.techtarget.com/definition/competitive-advantage>
- Tredgold G. (2018). *Innovation is a differentiator*. Retrieved May 3, 2019, from <https://www.inc.com/gordon-tredgold/4-reasons-why-you-need-to-focus-on-innovation.html>
- Wahl Z. (2017). *Knowledge Management in 2017*. Retrieved July 29, 2019, from <https://enterprise-knowledge.com/knowledge-management-2017>