

การปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ของประเทศไทย

Adaptation for Modern Service Businesses in Thailand's Special Economic Zones

ธนชาติ ประทุมสวัสดิ์¹ และ วันชัย ปานจันทร์²

Tanachat Pratoomsawat¹, and Wanchai Panjan²

คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก¹

Faculty of Liberal Arts, Krirk University¹

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง²

Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University²

¹Corresponding Author. E-mail: tanachat.pra@krirk.ac.th

Received October 9, 2024; **Revised** December 18, 2024; **Accepted** January 15, 2025

Abstract

This research aims to study 1) the environment and factors influencing the success of modern service businesses in special economic zones. 2) to explore adaptation strategies for modern service businesses in Thailand's special economic zones. The sample group for this research consists of 480 service business entrepreneurs and supervisors. The research tools used include a questionnaire with an overall reliability of 0.96. The statistical methods employed for data analysis are mean, standard deviation, Stepwise Multiple Regression Analysis, Canonical Correlation Analysis, and an examination of the relationship between environmental factors and those influencing the success of service businesses in special economic zones and adaptation strategies for modern service businesses in Thailand's special economic zones. The research findings revealed that; 1) The environment and factors influencing the success of modern service businesses in special economic zones, which enhance Thailand's economic competitiveness, consist of five areas (1) Management processes, (2) Human resources, (3) Technology, (4) Marketing, and (5) Location. 2) The adaptation strategies for modern service businesses in Thailand's special economic zones include six key aspects 1) Embracing globalization, 2) Managing workforce diversity, 3) Strong entrepreneurship, 4) Quality management, 5) Innovation and flexibility, and 6) Establishing electronic business models.

Keywords: adaptation; modern service businesses; special economic zones

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ และ 2) ศึกษาแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการและหัวหน้างานของธุรกิจบริการ จำนวน 480 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นรวม .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษและแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย มี 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านกระบวนการบริหาร (2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ (3) ด้านเทคโนโลยี (4) ด้านการตลาด (5) ด้านสถานที่ 2) แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยประกอบด้วย 6 ประเด็น คือ (1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ (2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน (3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า (4) การจัดการเชิงคุณภาพ (5) การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น (6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

คำสำคัญ: การปรับตัว; ธุรกิจบริการยุคใหม่; เขตเศรษฐกิจพิเศษ

บทนำ

ธุรกิจบริการมีหลากหลายรูปแบบด้วยกันซึ่งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ได้จำแนกประเภทธุรกิจบริการไว้ 12 สาขาด้วยกันแต่ในการวิจัยแนวทางการปรับตัวของธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษครั้งนี้ได้เลือกประเภทธุรกิจบริการสาขาด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านการเดินทางที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Service) ภายใต้อาสาที่จะครอบคลุมถึงการบริการของตัวแทนการท่องเที่ยว นำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคารและอื่น ๆ ซึ่งตรงกับจำแนกประเภทธุรกิจบริการของ Lovelock and Wirtz (2007) ที่จำแนกตามระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ในการบริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมทั้งกระบวนการ (People Processing) เช่น ธุรกิจการพักในโรงแรม การรับประทานอาหารในร้านอาหารหรือภัตตาคาร เป็นต้น ซึ่งเป็นสาขาบริการที่สร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับสถานประกอบการและประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการวิจัยของกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร (Kiatnakin Phatra Financial Group, 2021) ที่สะท้อนถึงสัดส่วนของภาคบริการมีมูลค่าต่อเศรษฐกิจไทยสูงที่สุด

ในอดีตจนถึงปัจจุบันรวมถึงแนวโน้มอนาคตธุรกิจบริการมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก ซึ่งในประเทศไทยนอกเหนือจากบริการต่าง ๆ ที่สร้างรายได้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจแล้ว ภาคบริการที่คนไทยคุ้นเคยและรู้จักดีคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นภาคบริการอัน ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ เป็นต้น อุตสาหกรรมบริการมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ การสร้างงาน และกระจายรายได้สู่สังคมชนบท ซึ่งเป็น

แหล่งท่องเที่ยวและแหล่งผลิตบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวโดยมูลค่าเพิ่มต่อรายได้จากการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 18.2 สำหรับรายได้จากการดำเนินงานเฉลี่ยต่อสถานประกอบการมีมูลค่าประมาณ 5.5 ล้านบาท (National Statistical Office, 2014) และมีแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นส่วนที่สะท้อนให้เห็นโอกาสของประเทศในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ แม้ว่าที่ผ่านมาธุรกิจบริการได้รับผลกระทบทุกด้านจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านม (Murnpho, 2022) จำแนกไว้ตั้งแต่ 1) ธุรกิจด้านร้านอาหาร ส่งผลกระทบต่อรายได้มีมูลค่าเหลือเพียง 3.5 แสนล้านบาท ลูกค้านักท่องเที่ยวโรคระบาดทำให้ไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ (Kasikom Research Center, 2021) 2) ธุรกิจด้านการศึกษา ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการศึกษา และต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเรียนการสอน (Pittayapongsakorn, 2020) และ 3) ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะลดลงถึง 50- 60% โดยโรงแรมขนาดเล็ก มีความกังวลต่อสถานการณ์มากที่สุด (52.6%) รองลงมาคือ โรงแรมขนาดใหญ่ (50.5%) และโรงแรมขนาดกลาง (41.2%) (The Bank of Thailand, 2021) โดยธุรกิจบริการเหล่านี้ได้มีการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่เพื่อรับมือกับสถานการณ์การของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันประเทศไทย ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงนโยบายสำหรับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ จึงได้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศซึ่งเป็นแนวชายแดนที่เอื้อต่อการค้าขายและการลงทุนซึ่งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสเพิ่มขึ้นในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศจากภาคอุตสาหกรรมบริการหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในพื้นที่ตลาดการค้าชายแดน โดยเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยนั้นได้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 1 ไว้ใน 5 จังหวัด 6 พื้นที่ ได้แก่ (Kaewmanee, 2013) 1) เขตเศรษฐกิจพิเศษตราด 2) เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก 3) เขตเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร 4) เขตเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว และ 5) เขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา ซึ่งโดยภาพรวมเพื่อให้ประเทศไทยได้ประโยชน์และสามารถพัฒนาธุรกิจบริการได้อย่างเต็มที่ในระยะต่อไป จำเป็นต้องดำเนินนโยบาย 4 เรื่องหลัก (Kiatnakin Phatra Finanacial Group, 2021) ได้แก่ 1) การปฏิรูปกฎระเบียบ เพิ่มการแข่งขันในภาคบริการ 2) การปฏิรูปและปรับปรุงระบบการศึกษาและการพัฒนาทักษะแรงงาน 3) การลดการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศของภาคบริการ และ 4) เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับตลาดแรงงานและตลาดทุน โดยเปิดให้มีการแข่งขันในตลาดแรงงานและตลาดทุนอย่างเสรีจะช่วยส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในกลุ่มผู้ประกอบการในภาคธุรกิจบริการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ด้วยเหตุที่ภาคธุรกิจบริการเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศและมีแนวโน้มที่สำคัญมากขึ้น โดยลักษณะที่สำคัญของบริการในประเทศพัฒนาแล้วจะเป็นธุรกิจบริการที่มักมีลักษณะเป็นบริการสมัยใหม่ในสัดส่วนที่สูง สำหรับเศรษฐกิจไทยถือว่ามีสัดส่วนภาคบริการค่อนข้างใหญ่ คือ ประมาณ 60% ของ GDP แต่เป็นบริการสมัยใหม่เพียงประมาณ 14% เท่านั้นสะท้อนชัดเจนนว่าภาคบริการไทยยังคงตามหลังประเทศพัฒนาแล้วอยู่มาก จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นบริการสมัยใหม่ (Modern Services) ที่สร้างโอกาสสำคัญให้กับการเติบโตของเศรษฐกิจ ซึ่งในภาพรวมของความเป็นบริการสมัยใหม่มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ (Kiatnakin Phatra Finanacial Group, 2021) 1) ภาคบริการสมัยใหม่มีลักษณะที่สามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพของภาคอุตสาหกรรม 2) ภาคบริการสมัยใหม่สามารถเพิ่มขนาดตลาด (Scalable) ผ่านการหารายได้จากการค้ากับต่างประเทศ (Tradeable) ได้ 3) เทคโนโลยีใหม่มีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มโอกาสการขยายตัวและประสิทธิภาพของภาคบริการในอนาคต (Innovation) โดยเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามาจะทำให้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มบริการแบบใหม่ (Modern Services) ลักษณะของภาคบริการ

สมัยใหม่อาจเป็นแรงส่งสำคัญที่ทำให้ภาคบริการสามารถทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้กับเศรษฐกิจโดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องพัฒนาภาคการผลิตมาก่อนตามความเชื่อแบบเก่า ซึ่งเป็นข้อมูลที่สะท้อนว่าในระยะต่อไปประเทศไทยควรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจภาคบริการเพิ่มเติมจากภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการบริหาร 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านการตลาด 5) ด้านสถานที่

ศึกษาแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ 2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน 3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า 4) การจัดการเชิงคุณภาพ 5) การคิดริเริ่มและการ 6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการและหัวหน้างานของธุรกิจบริการ จำนวน 480 คน 2) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 ท่าน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะแรก 5 จังหวัด ได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด และสงขลา ระยะที่สอง 5 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย นครราชสีมา เชียงราย นครพนม และกาญจนบุรี

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 – เดือนกุมภาพันธ์ 2567

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัว

Sareerat et al. (2007) ได้นำเสนอการปรับตัวทางธุรกิจ ดังนี้ 1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ 2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจบริการ 3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความมั่นใจในตนเองสูง กล้าที่จะเสี่ยงเพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ 4) การจัดการคุณภาพ ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการจัดการในทุกกระบวนการ

5) การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น ผู้ประกอบการต้องมีความไวต่อการแข่งขันและปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา 6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งโมเดลธุรกิจนี้เป็นประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กร

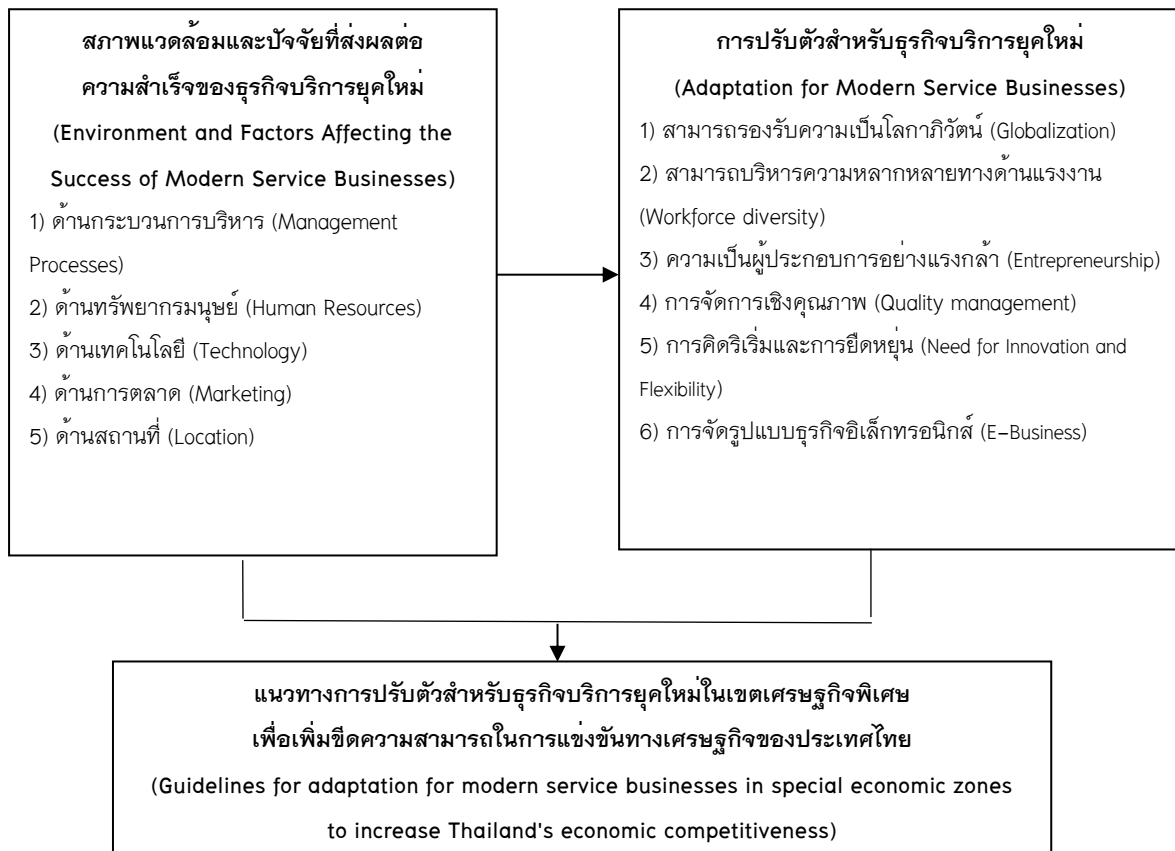
การจัดการคือสิ่งที่ผู้บริหารต้องปฏิบัติซึ่งเกี่ยวข้องกับการประสานงาน การดูแลงานและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Robbins & Judge, 2008; Taylor, 2002; Weihrich & Harold, 1993) ได้เสนอกระบวนการบริหารจัดการองค์กรในลักษณะเดียวกันไว้ 5 ประการ ที่ทำให้องค์กรมีความมั่นคง ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดองค์กร 3) การจัดทรัพยากรบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) 4) การอำนวยความสะดวกและภาวะผู้นำ 5) การควบคุมกำกับ

แนวคิดเกี่ยวกับบริการและคุณภาพของบริการ

Navarat Na Ayudhya (2014) ได้แบ่งเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการออกเป็น 5 เกณฑ์ ดังนี้ 1) ความน่าเชื่อถือ หมายถึงความสามารถของพนักงานในการให้บริการที่ถูกต้องตามที่กำหนด 2) การสร้างความมั่นใจ แสดงถึงความรู้และทักษะของพนักงานที่จำเป็นในการให้บริการลูกค้า 3) ความมีตัวตน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม อุปกรณ์ทันสมัย การแต่งกายของพนักงาน เอกสารเกี่ยวกับการบริการ 4) การเอาใจใส่ หมายถึงความสามารถในการสื่อสารของพนักงานในการเข้าใจและดูแลลูกค้าแต่ละคน 5) การตอบสนอง หมายถึงความเต็มใจที่จะให้บริการทันที Lovelock and Wirtz (2011) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจบริการเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) บริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการทั้งหมด 2) บริการที่มุ่งเน้นวัตถุทางกายภาพ 3) บริการที่มุ่งเน้นการใช้ความคิด 4) บริการที่มุ่งเน้นการประมวลผลข้อมูล นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ยังมีกลุ่มนักวิชาการอีกหลายท่านได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ Parasuraman et al. (1994), Schmenner (1995), Naik et al. (2010), and Kruengam (2014) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยแบ่งเป็นด้าน ๆ ดังนี้ ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ด้านที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) และเมื่อกล่าวโดยสรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการจึงสามารถประมวลได้ดังนี้ 1) ด้านกระบวนการบริหาร 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านการตลาด 5) ด้านสถานที่

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

Figure 1 Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Research) ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยในการดำเนินการวิจัยในเชิงปริมาณนั้นมีการระบุและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการและหัวหน้างานของธุรกิจบริการที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) จำนวน 400 คน แต่เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวน 480 คน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย และดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้ในการศึกษาจริง ทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ (1) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรง (Validity) โดยการหาความสอดคล้อง (Item Objective Congruence index--IOC) ของแบบสอบถามกับเนื้อหาที่ทำการศึกษา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนนความสอดคล้อง (IOC) และคำนวณด้วยการให้ค่าความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Mehrens & Lehmann, 1991) (2) การตรวจสอบคุณภาพ

ของเครื่องมือด้านความเที่ยง (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient- α) ของ Cronbach ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน ซึ่งผลจากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ 0.96 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้คือ 480 ฉบับ โดยขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามและรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาครบตามจำนวนคิดเป็น 100%

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนั้น สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Canonical)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นั้นมีกระบวนการและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ประชากรซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 ท่าน สำหรับประเมินความเหมาะสมของแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมของแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยดำเนินการผ่านการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อประเมินความเหมาะสมของแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

4) การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อยซึ่งใช้แบบประเมินความเหมาะสมของแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการประมวลประเด็นความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และทำการสังเคราะห์สรุปเป็นประเด็นเป็นผลการศึกษาโดยภาพรวม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้จากกระบวนการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ซึ่งสรุปผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการบริหาร 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านการตลาด 5) ด้านสถานที่ ซึ่งสามารถดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตัวแปรพยากรณ์สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

Table 1 Results of Multiple Regression Analysis on Environmental and Success Factors of Modern Service Businesses in Thailand's Special Economic Zones Using a Stepwise Multiple Regression Approach Stepwise Multiple Regression Analysis)

ขั้นที่ (Step)	ตัวแปรพยากรณ์ (Predictor Variables)	B	Std. Error (b)	β	t	Sig
1	ด้านกระบวนการบริหาร (Management Processes)	.305	.063	.272	4.785	.000
2	ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)	.185	.047	.205	3.854	.000
3	ด้านเทคโนโลยี (Technology)	.372	.068	.387	5.468	.000
4	ด้านการตลาด (Marketing)	.253	.056	.224	4.337	.000
5	ด้านสถานที่ (Location)	.204	.059	.197	3.726	.000

*P< .05 , a = -1.063, R = .815, R² = .667, SEest = .318, Adjust R² = .657, F = 64.415

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านกระบวนการบริหาร ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด และด้านสถานที่ โดยตัวแปรทั้ง 5 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษได้ ร้อยละ 66.7 (R² = .667) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEest) .318 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = -1.063 + 0.305 (\text{ด้านกระบวนการบริหาร}) + 0.185 (\text{ด้านทรัพยากรมนุษย์}) + 0.372 (\text{ด้านเทคโนโลยี}) + 0.253 (\text{ด้านการตลาด}) + 0.204 (\text{ด้านสถานที่})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$\hat{Z} y_1 = 0.272 (\text{ด้านกระบวนการบริหาร}) + 0.205 (\text{ด้านทรัพยากรมนุษย์}) + 0.387 (\text{ด้านเทคโนโลยี}) + 0.224 (\text{ด้านการตลาด}) + 0.197 (\text{ด้านสถานที่})$$

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ประเด็นคือ 1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ 2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน 3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า 4) การจัดการเชิงคุณภาพ 5) การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น 6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น จึงทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ระหว่างสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ด้วยเทคนิควิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Canonical Analysis) ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Canonical) และความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

Table 2 Shows the correlation coefficient (Canonical) and the relationship between the environment and factors affecting the success of modern service businesses in special economic zones and the adaptation guidelines for modern service businesses in special economic zones.

หัวข้อที่ศึกษา (Topics studied)	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์
	คู่ที่ 1	คู่ที่ 2	คู่ที่ 3
	(Relation couple 1)	(Relation couple 2)	(Relation couple 3)
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Canonical Coefficients)	0.856*	0.334*	0.175
สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Environment and factors affecting the success of modern service businesses in special economic zones)			
1. ด้านกระบวนการบริหาร (Management Processes)	0.676*	1.490	-0.522
2. ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)	0.253*	-0.421	-1.413
3. ด้านเทคโนโลยี (Technology)	0.145*	-1.326	-0.827
4. ด้านการตลาด (Marketing)	0.253*	-1.417	-1.362
5. ด้านสถานที่ (Location)	0.253*	1.415	-1.731
แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Adaptation for Modern Service Businesses)			
1. สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization)	0.024*	1.246	-0.444
2. สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน (Workforce diversity)	0.146*	-1.214	-0.956*
3. ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า (Entrepreneurship)	0.929*	0.202	0.304
4. การจัดการเชิงคุณภาพ (Quality management)	0.005	-0.647*	1.023*
5. การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น (Need for Innovation and Flexibility)	0.018	0.361	-0.521
6. การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business)	0.271*	-0.482*	1.071

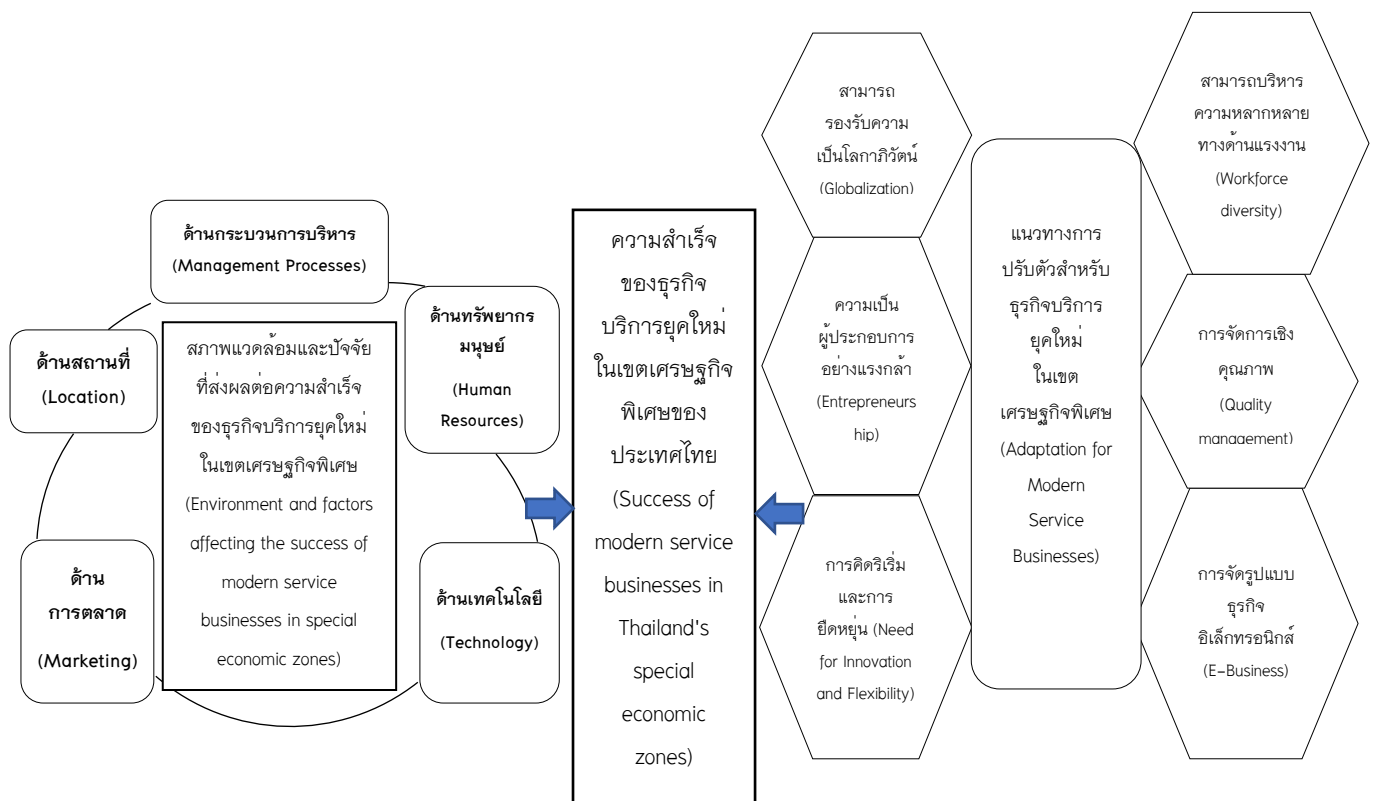
P-value 0.05

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปร ด้วยเทคนิควิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Canonical Analysis) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เท่ากับ 0.856 แสดงว่าสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษและมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก นั่นหมายความว่าหากธุรกิจบริการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการที่มากขึ้น จะต้องให้ความสำคัญกับแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัย ทำให้ทราบว่า หากต้องการให้ธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยประสบความสำเร็จทั้งในด้านการกระบวนการบริหาร ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด และด้านสถานที่ ควรให้ความสำคัญกับกำหนดแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจ

บริการยุคใหม่ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการนั้นจะต้องบริหารจัดการบนพื้นฐานของความสามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ การบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน ความเป็นผู้ประกอบการ และการจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ดังนั้น จากผลการศึกษาแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยทั้งในส่วนของการสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษและแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย โดยการหมวดหลักการเข้าเป็นองค์ประกอบย่อยเดียวกันซึ่งสามารถนำเสนอในรูปภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

Figure 2 Success of modern service businesses in special economic zones to increase competitiveness of Thailand's economy

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมี 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการบริหาร 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านการตลาด 5) ด้านสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่มีความสำคัญคือด้านกระบวนการบริหารและด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นหัวใจที่สำคัญของธุรกิจบริการที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญเพื่อให้การดำเนินกิจการของธุรกิจมีมาตรฐานที่เหมาะสมจากการมีระบบการบริหารจัดการที่ดีที่จะทำให้องค์กรมีความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wehrich and Harold (1993) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารจัดการองค์กรไว้ 5 ประการ ที่ทำให้องค์กรมีความมั่นคงได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การพัฒนาวิธีการในการวางแผน การปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ 2) การจัดองค์กร (Organizing) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดโครงสร้างขององค์กร การกำหนดขอบเขตของงานรวมถึงความสัมพันธ์ของงานต่าง ๆ การกำหนดหน้าที่ ตลอดจนการกำหนดคุณสมบัติที่ต้องการในแต่ละตำแหน่ง การดำเนินงานในขั้นนี้เป็นการจัดงานให้ประสานสอดคล้องกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 3) การจัดทรัพยากรบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรรบุคลากร การปฐมนิเทศ การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรในด้านต่าง ๆ ให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานของตำแหน่งงานนั้น ๆ ที่จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจบริการจึงต้องพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Noe et al. (2006) ที่กล่าวว่าในยุคปัจจุบันที่ระบบเทคโนโลยีมีบทบาทและเกิดการเปลี่ยนแปลงจากแรงผลักดันทางเทคโนโลยีที่รุนแรง ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมภายในองค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับบุคลากรที่รับผิดชอบงานในส่วนต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 4) การอำนวยการและภาวะผู้นำ (Directing and Leadership) เป็นการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจ การมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงาน การจูงใจ การประสานงาน การจัดการให้เกิดการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่สร้างสรรค์ ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าแก่องค์กร 5) การควบคุมกำกับ (Controlling) เป็นขั้นของการพัฒนามาตรฐานในการปฏิบัติงาน การวัดผลการดำเนินงาน รวมถึงการดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงให้ถูกต้องและบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจการ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ประเด็นคือ 1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization) 2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน (Workforce Diversity) 3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแรงกล้า (Entrepreneurship) 4) การจัดการเชิงคุณภาพ (Quality Management) 5) การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น (Need for Innovation and Flexibility) 6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) เพื่อให้ธุรกิจบริการสามารถดำเนินกิจการภายใต้การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงในยุคปัจจุบันและอนาคตซึ่งต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าโดยการปรับตัวของธุรกิจบริการเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญทั้งเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ต้องอาศัยกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะสร้างความได้เปรียบในทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Narintorn (2018) ที่พบว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจคือมีความสามารถในการแข่งขันในการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมากที่สุด (Cost Leader) รองลงมาคือความได้เปรียบในความสามารถในการแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้า (Service Leader) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่มาพร้อมกับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการและความพึง

พอใจหลังจากที่ได้รับบริการจริงอันเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องสัมพันธ์กันที่จะทำให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้นอกจากนั้นต้องสร้างความโดดเด่นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้เกิดจดจำและเกิดความประทับใจตั้งแต่บรรยากาศของสถานที่ การให้บริการ เทคโนโลยีที่สนับสนุนการให้บริการ รวมถึงการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจที่จะผูกมัดลูกค้าให้เกิดความประทับใจในคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจบริการที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีทั้งด้านทัศนคติและพฤติกรรม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ความคุ้มค่าและความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Naik et al. (2010) ที่ได้กล่าวถึงบริบทของธุรกิจบริการที่จะก่อให้เกิดความต่อเนื่องนั้นจะรักษาคุณภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า รวมถึงพัฒนาสถานที่ให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่องานบริการเพื่อเป้าหมายปลายทางคือคุณภาพและประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจที่มีตัวแบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงองค์รวมของการดำเนินงานให้บรรลุเป้าประสงค์ในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจบริการให้เป็นบริการสมัยใหม่ (Modern Services) จะช่วยทำให้แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการในเขตเศรษฐกิจพิเศษได้ผลสำเร็จที่ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kiatnakin Phatra Finanacial Group (2021) ที่ได้มีการประเมินว่าลักษณะของภาคธุรกิจบริการในประเทศพัฒนาแล้วที่เป็นบริการสมัยใหม่ (Modern Services) จะช่วยสร้างโอกาสสำคัญให้กับภาคเศรษฐกิจในภาพรวมจากลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ภาคบริการสมัยใหม่มีลักษณะที่สามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพของภาคอุตสาหกรรม ตัวอย่างเช่นทำให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างเต็มที่ เมื่อพิจารณามูลค่าเพิ่มของสินค้าส่งออกที่เกิดจากภาคบริการพบว่าประเทศพัฒนาแล้วพึ่งพาภาคบริการในประเทศเป็นหลักเกินกว่า 80% ของบริการทั้งหมดในขณะที่ไทยพึ่งพาบริการในประเทศเพียงประมาณครึ่งหนึ่งของมูลค่าทั้งหมดเท่านั้น 2) ภาคบริการสมัยใหม่สามารถเพิ่มขนาดตลาด (Scalable) ผ่านการหารายได้จากการค้ากับต่างประเทศ (Tradeable) ได้ โดยในช่วงที่ผ่านมาการเติบโตและมูลค่าของการค้าบริการสูงกว่าการค้าสินค้าปกติ สะท้อนโอกาสจากการเติบโตในภาคบริการที่ยังมีอยู่สูง 3) เทคโนโลยีใหม่มีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มโอกาสการขยายตัวและประสิทธิภาพของภาคบริการในอนาคต (Innovation) โดยเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามาจะทำให้ประโยชน์มากกว่ากับกลุ่มบริการแบบใหม่ (Modern Services) โดยสามารถทำการค้าระหว่างประเทศได้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ผ่านรูปแบบของ Online Outsourcing ในขณะที่บริการแบบเก่าได้ประโยชน์น้อยกว่าเนื่องจากเป็นกลุ่มบริการที่ต้องเจอหน้ากันโดยตรง เช่น การค้า การท่องเที่ยว การโรงแรม เป็นต้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจจะทำให้ธุรกิจบริการมีการปรับรูปโฉมใหม่ที่ทำให้ผู้ให้บริการมีความสะดวก และเข้าถึงการให้บริการได้ง่ายรวมถึงมีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นด้วย

สรุป

สรุปโดยรวมของเนื้อหาการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้นประกอบด้วยสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ได้แก่ 1) กระบวนการบริหารจัดการ 2) ทรัพยากรมนุษย์ 3) เทคโนโลยี 4) การตลาด และ 5) สถานที่หรือทำเล ส่วนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและเหมาะสมที่จะนำมาใช้คือ กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อถึงความประทับใจให้กับลูกค้าคนอื่น ๆ และแนวทางการปรับตัวของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ของไทย ได้แก่ 1) โลกาภิวัตน์ 2) การบริหารจัดการความหลากหลายในที่ทำงาน 3) การเป็นผู้ประกอบการที่แข็งแกร่ง 4) การบริหารจัดการคุณภาพ 5) ความต้องการนวัตกรรมและความยืดหยุ่น และ 6) โมเดลธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทยทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านกระบวนการบริหาร ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด และด้านสถานที่ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญและจะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมรวมถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญที่จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางให้เกิดความเหมาะสมสำหรับการให้บริการที่เหมาะสมและครบถ้วน รวมถึงต้องมีความพร้อมในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ เพื่อให้ธุรกิจบริการสามารถสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า แนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ประเด็นคือ 1) สามารถรองรับความเป็นโลกาภิวัตน์ 2) สามารถบริหารความหลากหลายทางด้านแรงงาน 3) ความเป็นผู้ประกอบการอย่างแข็งแกร่ง 4) การจัดการเชิงคุณภาพ 5) การคิดริเริ่มและการยืดหยุ่น 6) การจัดรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและมีการติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการได้สอดคล้องตามความต้องการ รวมถึงรัฐบาลควรเร่งผลักดันในเชิงนโยบายให้ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีมาตรฐานสากลในการรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้สมาคมและภาคีเครือข่ายธุรกิจบริการควรทำความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจบริการซึ่งกันและกัน เพื่อนำไปสู่การยกระดับศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศในการรองรับการเจริญเติบโตของภาคธุรกิจบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

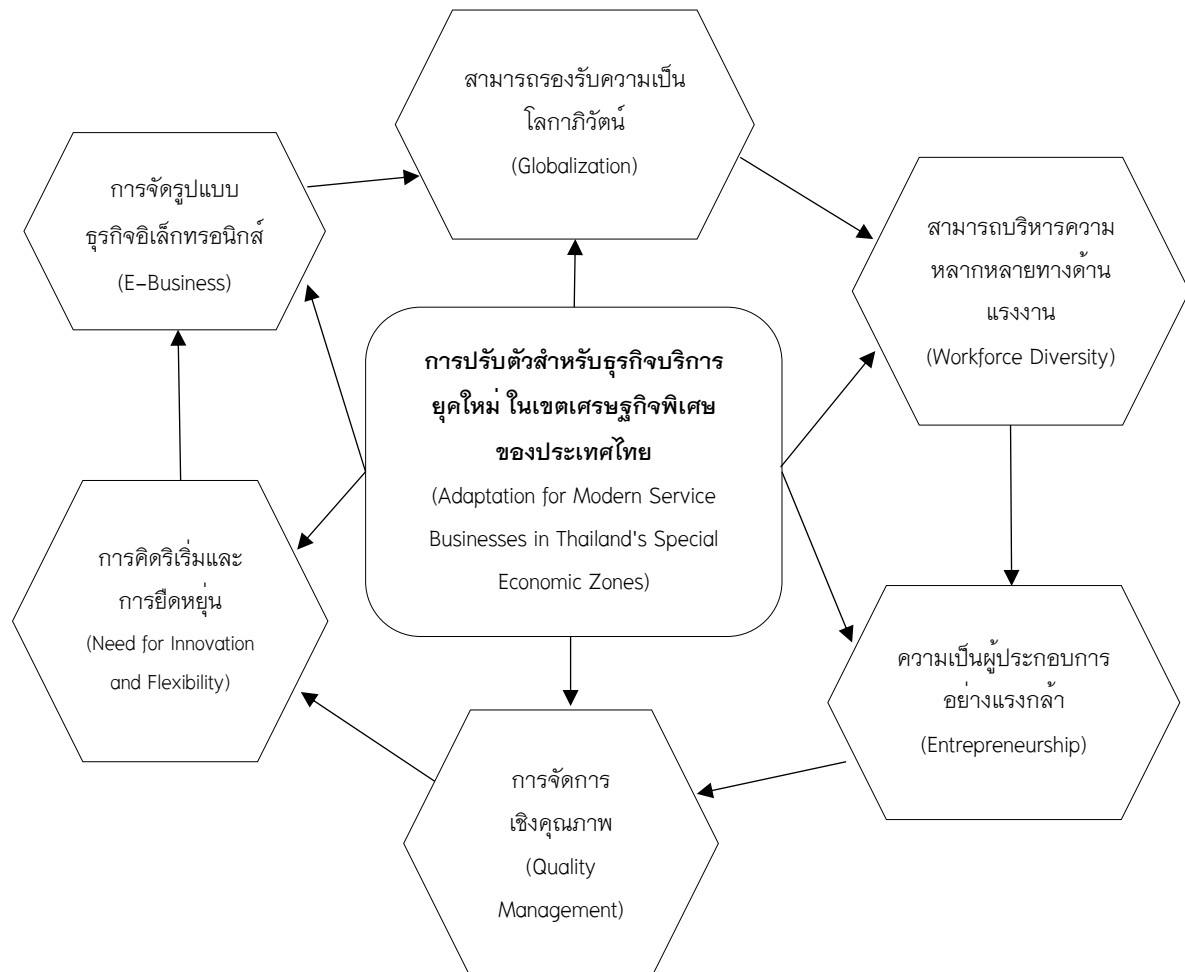
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีศึกษาโดยการติดตามและประเมินผลความสำเร็จในการนำแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย รวมถึงการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคบริการของประเทศ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเพื่อการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของธุรกิจบริการในประเทศไทย เพื่อยกระดับธุรกิจบริการให้มีความพร้อมในการรองรับการให้บริการตามนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่กำหนดให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

องค์ความรู้ใหม่

ธุรกิจบริการยุคใหม่ จะต้องให้ความสำคัญกับการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความรวดเร็ว ดังนั้น องค์การธุรกิจบริการยุคใหม่จึงควรมีการกำหนดแนวทางการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวของต้น ได้แก่ 1) ความเป็นโลกาภิวัตน์ 2) การบริหารจัดการความหลากหลายในที่ทำงาน 3) การเป็นผู้ประกอบการที่แข็งแกร่ง 4) การบริหารจัดการคุณภาพ 5) ความต้องการนวัตกรรมและความยืดหยุ่น และ 6) โมเดลธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถนำเสนอเป็นรูปภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 3 การปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย

Figure 3 Adaptation for Modern Service Businesses in Thailand's Special Economic Zones

จากโมเดลดังกล่าวทำให้ทราบว่าแนวทางการปรับตัวสำหรับธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศไทย ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการยุคใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่จะทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อจูงใจนักลงทุนทั่วโลกได้มาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ทำให้ประเทศมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

References

- Kaewmanee, R. (2013). *Bright border trade trends, opportunities of the industrial sector under the fluctuation of the Thai baht*. Office Industrial Economic.
- Kasikorn Research Center. (2021). *The severe COVID-19 outbreak: restaurant business value in 2021 is expected to lose by 5.5 – 7.0 ten billion baht from the past year*.
<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/restaurantcovid19-z3237.aspx>
- Kiatnakin Phatra Finanacial Group. (2021). *When industries cannot compete any longer, is the service sector the answer of Thailand?*. <https://advicecenter.kkpfg.com/th/kkp-research/service-sector-analysis>
- Kruengam, A. (2014). *Service quality affecting customer loyalty in supercenters in Thailand* [Doctoral dissertation, Rangsit University].
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). *Service marketing* (6th ed). Prentice Hall.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service marketing: people, technology, strategy* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Mehrens, W.A., & Lehmann, I.J. (1991). *Measurement and evaluation in education and psychology* (2nd ed). Houghton Mifflin Company.
- Murnpho, S. (2022). The adaptation model of the service businesses to support moving into the new normal. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 8(1), 89–104.
- Naik, C. K., Gantasala, S. B., & Prabhakar, G. V. (2010). Service quality (servqual) and its effect on customer satisfaction in retailing. *European Journal of Social Sciences*, 16, 231–243.
<https://pdfs.semanticscholar.org/d124/e866687313a05a8ae38c2cd8d7f49e257830.pdf>
- Narintorn, A. (2018). Model adaptation to create a competitive advantage of hospitality industry for entrepreneurs in the tourism service sectors in Bangkok area. *Panyapiwat Journal*, 10(3), 84–95.
- National Statistical Office. (2014). *The 2014 business trade and services survey whole Kingdom*. Ministry of Information and Communication Technology.
- Navarat Na Ayudhya, T. (2014). *Service marketing: concepts and strategies*. Chulalongkorn University.

- Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., & Wright, P.M. (2024). *Human resources management: gaining a competitive advantage* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58, 111–124.
- Pittayapongsakorn, N. (2020, May 14). *The new normal of Thai education*.
<https://tdri.or.th/2020/05/desirable-new-normal-for-thailand-education/>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Essentials of organizational behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sareerat, S., Hirankiti, S., & Tungsintrapsiri, T. (2007). *Organizational behavior management*. Thira Film and Scitex.
- Schmenner, R. W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. *Business Horizons*, Elsevier, 31(1), 66–72.
- Taylor, F. W. (2002). *The principles of scientific management*. Harper.
- The Bank of Thailand. (2021). *Effects and adaptation (resilience) of hotel and restaurant entrepreneurs during the COVID-19 outbreak*.
https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_26Oct2021.aspx
- Wehrich, H., & Harold K. (1993). *Management: a global perspective* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.