

## รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

### INNOVATIVE LEADERSHIP MODEL OF RESTAURANT ENTREPRENEURS

จุฑามาศ พีรพัชระ<sup>1</sup> ชนิชา ประจักษ์จิตร<sup>2</sup> และพัชรนันท์ ย้งวรวิเชียร<sup>3</sup>

Chutamas Peeraphatchara<sup>1</sup>, Chanicha Prajugjit<sup>2</sup>, and Patcharanun Youngworawichian<sup>3</sup>

<sup>1</sup>คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

<sup>2,3</sup>สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

<sup>1</sup>Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

<sup>2,3</sup>Institute of Research and Development, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: February 22, 2023 / Revised: July 12, 2023 / Accepted: July 24, 2023

#### บทคัดย่อ

ธุรกิจร้านอาหารเติบโตเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่พบประเด็นท้าทายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และสร้างรูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร ผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการในการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน และผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน 13 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมี 7 ปัจจัย มีค่าน้ำหนักระหว่าง 0.468-0.995 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 3 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) การจัดการผลผลิต ได้แก่ สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลิภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ 2) การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม ได้แก่ มีแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้า ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม 3) ความสามารถของผู้ประกอบการ ได้แก่ มีทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม และสนับสนุนงบประมาณการสร้างนวัตกรรม รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก 10 ปัจจัยย่อย ใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยร่วมในการขับเคลื่อนความสำเร็จ และทุกปัจจัยบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยมีผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.24

**คำสำคัญ:** ผู้ประกอบการ นวัตกรรม ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ร้านอาหาร ธุรกิจร้านอาหาร

## Abstract

The growth of restaurant industry is closely tied to the tourism sector, but the business is also facing challenges due to technological advances and innovation. To address this issue, this study employed both qualitative and quantitative research methods to identify the factors of innovative leadership that contribute to success in the restaurant business and develop an innovative leadership model for restaurant entrepreneurs. The research involved interviewing and surveying 9 restaurant entrepreneurs, 400 entrepreneurs who completed questionnaires, and 13 experts in the restaurant business who participated in focus group discussions. The data collected was analyzed using content analysis, percentage, standard deviation, factor analysis, and multiple regression analysis. The study identified 7 factors of innovative leadership, with factor loading from 0.468 to 0.995, and revealed 3 factors that significantly affect the success of the restaurant business at a statistical significance level of .05. These factors include 1) production management, which involves building a learning organization, creating innovative products, services, and processes, adapting to change, and promoting innovation, 2) innovative entrepreneurship, which includes being highly motivated, adaptable to change, inspiring, and fostering innovation, and 3) entrepreneurial ability, which involves having innovative thinking skills and allocating budgets for innovation. The innovative leadership model developed as part of this study comprises 3 main factors and 10 sub-factors, utilizing technology as a driving force for success and integrating all factors for collaboration. The experts evaluated the model as highly appropriate with an average score of 4.24.

**Keywords:** Entrepreneurship, Innovation, Innovative Leadership, Restaurant, Restaurant Business

## บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เริ่มคลี่คลาย รัฐบาลมีมาตรการเปิดประเทศเต็มรูปแบบ และมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยบวกให้ธุรกิจร้านอาหารได้รับประโยชน์จากมาตรการดังกล่าว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายค่าที่พัก สินค้าและของฝาก อาหารและเครื่องดื่ม เป็น 3 ลำดับแรกของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในกิจกรรมการท่องเที่ยว (Department of Business Development [DBD], 2022) สอดคล้องกับ

Kasikorn Research Center [KResearch] (2022) ที่พบว่า ธุรกิจร้านอาหารได้รับปัจจัยบวกจากกิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศที่มีการขับเคลื่อนได้ตามปกติ รวมถึงการท่องเที่ยวที่กำลังฟื้นตัว ช่วยสนับสนุนให้เกิดรายได้สู่ธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งกล่าวได้ว่าธุรกิจนี้มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก เพราะประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีการผลิตอาหารแบบครบวงจรและความพร้อมในการเป็นครัวของโลก โดยดำเนินการภายใต้บริบทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม

หากกล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีและนวัตกรรมพบว่า ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

ในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและภาคการบริการ เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ที่มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการส่งเสริมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าภาคการผลิตและบริการ มีกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมุ่งเป้าเพื่อให้เกิดการยกระดับกระบวนการผลิตและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) ซึ่งการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบัน ผู้ประกอบการต่างมุ่งแสวงหาโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาดเดิม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยตัวอย่างนวัตกรรมในร้านอาหาร ได้แก่ การคิดค้นสูตรอาหารใหม่ให้ได้รับชาติและคุณค่าของส่วนผสมเพื่อประโยชน์ในการบริโภค การให้บริการอาหารที่สร้างประสบการณ์การบริโภคอาหารให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และการจัดการอาหารเหลือทิ้ง ซึ่งนวัตกรรมเป็นคำตอบทางกลยุทธ์ที่องค์กรส่วนใหญ่หวังว่าจะเป็นทางรอดและการเติบโตของธุรกิจท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่รุนแรงและความก้าวหน้าที่รวดเร็วของเทคโนโลยี (National Innovation Agency, 2019)

อย่างไรก็ตามมีประเด็นท้าทายของธุรกิจร้านอาหารเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ร้านอาหารต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (DBD, 2022) นอกจากนี้การฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารยังมีความเสี่ยงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ต้นทุนการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย

ทำให้ผู้ประกอบการต้องระมัดระวังในการลงทุน (KResearch, 2022) ต้องสร้างกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากร้านอาหารต้องการความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยเฉพาะเรื่องของนวัตกรรม ซึ่งจำเป็นสำหรับร้านอาหารในการสร้างความแตกต่างจากร้านอื่น และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Choi et al., 2018) ด้วยแนวโน้มดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมถึงการเร่งทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่

จากสถานการณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งต้องการนวัตกรรมเพื่อความอยู่รอดสร้างผลกำไร และการเติบโต นวัตกรรม จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีคุณค่าในสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่มีความซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการแข่งขันรุนแรงและคู่แข่งใช้แนวทางของตนเองในการแก้ปัญหา และยังไม่มีการศึกษาที่กล่าวถึงการดำเนินงานสร้างสรรค์นวัตกรรมในการบริการลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Mumford et al., 2022) นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนคือ การพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการในองค์กร เพราะผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Ministry of Industry, 2017) ในขณะที่นโยบายของรัฐบาลได้กำหนดให้มีการสร้างรายได้ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงต่อธุรกิจร้านอาหาร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันสู่การพัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารในองค์กร

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร
2. เพื่อสร้างรูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร

## ทบทวนวรรณกรรม

### ความหมายของภาวะผู้นำ

Drucker (1995) กล่าวว่า ภาวะผู้นำมีความเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้นำในการจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีส่วนร่วมและปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนดจนประสบความสำเร็จและสร้างประสิทธิผลขององค์กร เป็นความสามารถของบุคคลในการจูงใจ มีอิทธิพล หรือโน้มน้าวบุคคลอื่นให้ทำงานเพื่อความสำเร็จและประสิทธิผลขององค์กรที่พวกเขาได้ร่วมงานด้วย (Blagoev & Yordanova, 2015) โดย Eden et al. (2023) เห็นว่าผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร และมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้นหากสามารถสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายโดยตัวบ่งชี้ความสามารถขององค์กร ขึ้นอยู่กับการบริหาร การสื่อสาร และการสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ผู้นำเลือกปฏิบัติต่อทีมงาน (Saputra, 2021) สรุปภาวะผู้นำเป็นกระบวนการที่บุคคลจูงใจผู้ตามให้ปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายในทิศทางเดียวกัน (Northouse, 2020) นอกจากนี้ผู้นำยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตามด้วยวิธีการสื่อสาร จูงใจ ให้กำลังใจ และสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

### ความหมายของนวัตกรรม

คำว่านวัตกรรมเริ่มมีความสำคัญมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 แต่ยังไม่มีความเข้าใจในคำนี้ได้ไม่ชัดเจนนัก ส่วนใหญ่มักสับสนกับคำอื่น ๆ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การประดิษฐ์ และการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังมีคำจำกัดความไม่กี่คำที่แสดงให้เห็น

ความหมายที่แท้จริงของนวัตกรรมที่ชัดเจน โดย Kahn (2018) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด กระบวนการ และผลลัพธ์ เป็นความคิดที่ฝังแน่นและปลูกฝังในปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะเมื่อบุคคลเหล่านี้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนนวัตกรรมองค์กร จะส่งผลให้มีการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งมีขั้นตอนที่จำเป็นต้องปฏิบัติตามอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมมีประเด็นสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความคิด การสร้างคุณค่า การนำไปใช้ และการทำงานร่วมกัน (Bishop, 2016) นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่องค์กรใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยนำเสนอสิ่งใหม่ที่เพิ่มมูลค่าแก่ผู้บริโภค

### คุณลักษณะผู้นำเชิงนวัตกรรม

หลายองค์กรต่างมุ่งหวังในการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผู้นำในการแสดงบทบาทสนับสนุนพนักงานให้สร้างนวัตกรรมดังกล่าวด้วยการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วม รวมทั้งการให้รางวัลแก่ผู้มีพฤติกรรมที่ใช้ใช้นวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาสินค้า บริการ และการปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้อง (Kozioł-Nadolna, 2020) ต้องมีคุณลักษณะเป็นผู้ยอมรับความเสี่ยง เนื่องจากนวัตกรรมจะเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงสูง เพราะต้องสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดใหม่เพื่อเปิดตัวสู่ตลาด (Davis, 2019) รวมทั้งต้องมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการบริหารงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแนวคิดที่สร้างสรรค์ ในขณะเดียวกันควรเปิดใจกว้าง ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกในองค์กร และให้โอกาสในการศึกษาความคิดเห็น จนนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ (Abdullrazak & Alyamani, 2019)

### นวัตกรรมของธุรกิจร้านอาหาร

ปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ภาวะโลกร้อน ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภค

เปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตอาหาร โดย Chairatana (2022) ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กล่าวว่า นวัตกรรมที่จำเป็นในธุรกิจร้านอาหาร ได้แก่ การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพที่ตอบโจทย์กระแสความต้องการอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค การคิดค้นส่วนผสมและสูตรอาหารใหม่ให้รสชาติที่แปลกใหม่ รวมทั้งการเน้นคุณค่าทางอาหารของส่วนผสมในการประกอบอาหารหรือผลิตเพื่อประโยชน์ในการบริโภคเพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้านอาหารเพื่อสร้างระบบการบริการที่ดีขึ้น เช่น การสร้างประสบการณ์ในการบริโภคอาหารให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และเทคโนโลยีการจัดการอาหารเหลือทิ้ง เนื่องจากเศษอาหารเหลือทิ้งสามารถนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้โดยนำวัตถุดิบที่เหลือจากการประกอบอาหารมาประกอบเป็นอาหารใหม่หรือการนำเศษอาหารที่เหลือจากการรับประทานของลูกค้ามาทำเชื้อเพลิงหมუნเวียนใช้ในธุรกิจ (Turasakun & Rugmai, 2022)

## วิธีการวิจัย

### ผู้ให้ข้อมูล ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร 9 คน ที่ได้รับรางวัลการประกอบการหรือการยกย่องเชิดชูเกียรติ โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (Criterion Sampling) ที่กำหนดขึ้นล่วงหน้าเพื่อให้ได้คุณภาพข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Ritchie et al., 2013) และผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) 13 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าของร้านอาหารที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าไม่ต่ำกว่า 5 ปี ในรูปแบบบริษัท จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 2-5 ล้านบาท 5 คน 2) ผู้ทรงคุณวุฒิในสถาบันการศึกษาที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านธุรกิจร้านอาหาร ไม่ต่ำกว่า 5 ปี 4 คน และ 3) ผู้ทรงคุณวุฒิในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี 4 คน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเขตกรุงเทพมหานครที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และคงอยู่ตามข้อมูลในปี พ.ศ. 2565 จำนวน 7,516 ราย (DBD, 2022) โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ราย ตามหลักการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์หองค์ประกอบของ Thomson (2004)

### เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) มีแนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ใช้แนวคิดด้านนวัตกรรมในการบริหารธุรกิจร้านอาหาร และปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในการบริหารธุรกิจร้านอาหาร และ 2) แบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 พฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการร้านอาหาร และตอนที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ระหว่าง 0.6-1.0 และตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น .782

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยข้อมูลพฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยการหาค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) เพื่อพิจารณาการเกาะกลุ่มของตัวแปร เลือกสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ตัวแปรหลักร่วมกับการหมุนแกนแบบ



ตั้งฉากด้วยวิธีแวนเดอร์แมทซ์ กำหนดเกณฑ์พิจารณาโดยองค์ประกอบนั้นจะต้องมีค่าความผันแปร (Eigenvalue) ตั้งแต่ 1.00 ขึ้นไป ตัวแปรแต่ละตัวต้องมีค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.400 ขึ้นไป และทุกองค์ประกอบต้องมีตัวแปรไม่ต่ำกว่า 2 ตัวแปร และปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยนำตัวแปรเข้าทั้งหมดแบบขั้นตอนเดียวหรือแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

**ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1** ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ใช้ในการสร้างสรรค์และบริหารธุรกิจร้านอาหาร จากปัจจัยที่มีค่าความถี่ไม่ต่ำกว่า 5 จากผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 9 คน พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการมี 22 ปัจจัย จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้สร้างเป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

2.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารพบว่า 1) พฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.28 โดยตัวแปรการตลาด และผู้รับบริการ มีพฤติกรรมภาวะผู้นำในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาจาก

มากไปหาน้อย 5 ลำดับ ได้แก่ กระบวนการสร้างทีมงานในการสร้างนวัตกรรม มอบหมายงานนวัตกรรมให้แก่พนักงาน มีความมุ่งมั่นในการจัดการนวัตกรรม และสร้างบรรยากาศนวัตกรรมในกิจการ 2) ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารโดยรวมเมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานจากปีที่ผ่านมา มีความสำเร็จในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.20 โดยข้อที่ประสบความสำเร็จในระดับมากที่สุดคือ คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นไปตามที่กิจการคาดหวัง ค่าเฉลี่ย 4.68 รองลงมาจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับ ได้แก่ ผลผลิตด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ผู้รับบริการรายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ ความคุ้มค่าในการใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องมือที่มีอยู่ในการประกอบอาหารและบริการ ถ้าไรสุทธิสามารถทำให้กิจการร้านอาหารเจริญเติบโตได้ และการรับพนักงานเป็นไปตามเป้าหมายของกิจการ

2.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการสกัดองค์ประกอบของปัจจัยโดยวิธีสกัดองค์ประกอบหลักพบว่าสามารถจำแนกได้ 7 องค์ประกอบ ทุกองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 1 และร้อยละความแปรปรวนสะสมเท่ากับ ร้อยละ 66.90 องค์ประกอบที่ 1 อธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ ร้อยละ 14.642 และองค์ประกอบที่ 2-7 อธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ ร้อยละ 13.637, 9.709, 9.217, 8.367, 5.871 และ 5.448 ตามลำดับ โดยกำหนดชื่อองค์ประกอบของปัจจัยที่ได้จากข้อคำถามแต่ละปัจจัย จำนวนตัวแปรชื่อตัวแปร และค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร

| องค์ประกอบของปัจจัย                                                 | จำนวน<br>ตัวแปร | ตัวแปร                                                                                                                             | ค่าน้ำหนัก<br>องค์ประกอบ |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1. การจัดการผลผลิต<br>(Production Management)                       | 4 ตัวแปร        | สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้<br>ผลิตภัณฑ์<br>บริการ<br>กระบวนการ                                                                     | 0.484-0.971              |
| 2. การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม<br>(Innovative Entrepreneurship) | 4 ตัวแปร        | มีแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้า<br>ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง<br>สร้างแรงบันดาลใจ<br>ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม                              | 0.673-0.957              |
| 3. ความสามารถของผู้ประกอบการ<br>(Entrepreneurial Abilities)         | 2 ตัวแปร        | มีทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม<br>สนับสนุนงบประมาณการสร้างนวัตกรรม                                                                      | 0.953-0.958              |
| 4. การตลาดของธุรกิจ<br>(Business Marketing)                         | 2 ตัวแปร        | การตลาด<br>ผู้รับบริการ                                                                                                            | 0.995                    |
| 5. การจัดการนวัตกรรม<br>(Innovation Management)                     | 4 ตัวแปร        | วางแผนการสร้างสรรค์นวัตกรรม<br>มอบหมายงานนวัตกรรมแก่พนักงาน<br>สร้างบรรยากาศนวัตกรรมในกิจการ<br>สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านนวัตกรรม | 0.546-0.760              |
| 6. จริยธรรมของผู้ประกอบการ<br>(Entrepreneurial Ethics)              | 2 ตัวแปร        | มีความอดทนต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม<br>มีทัศนคติที่ดีต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม                                                       | 0.519-0.728              |
| 7. ทีมงานนวัตกรรม<br>(Innovation Team)                              | 3 ตัวแปร        | มีวิสัยทัศน์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม<br>มีความมุ่งมั่นในการจัดการนวัตกรรม<br>สร้างทีมงานในการสร้างนวัตกรรม                          | 0.468-0.663              |

2.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของ 7 ปัจจัย ที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ โดยนำตัวแปรเข้าทั้งหมดแบบขั้นตอนเดียวหรือ แบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .283 <sup>a</sup> | .080     | .064              | .2266                      |

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .283 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์

พหุคูณมีค่า .080 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 7 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารได้ร้อยละ 8 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ มีค่า .2266

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

| Model |            | SS     | df  | MS   | F     | Sig.              |
|-------|------------|--------|-----|------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 1.794  | 7   | .256 | 4.990 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 20.648 | 402 | .051 |       |                   |
|       | Total      | 22.442 | 409 |      |       |                   |

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าความ

สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์และปัจจัยพยากรณ์ทั้ง 7 ตัว มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรงสามารถนำไปสร้างเป็นสมการต่อไปได้ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเดียวหรือแบบปกติของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร

| Factor                             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t       | Sig. |
|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---------|------|
|                                    | B                           | Std. Error | Beta                      |         |      |
| (Constant)                         | 4.205                       | .011       |                           | 375.661 | .000 |
| 1. การจัดการผลผลิต                 | .027                        | .011       | .113                      | 2.365   | .018 |
| 2. การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม | -.043                       | .011       | -.185                     | -3.866  | .000 |
| 3. ความสามารถของผู้ประกอบการ       | .028                        | .011       | .119                      | 2.496   | .013 |
| 4. การตลาดของธุรกิจ                | -.020                       | .011       | -.086                     | -1.795  | .073 |
| 5. การจัดการผลผลิต                 | .020                        | .011       | .087                      | 1.828   | .068 |
| 6. จริยธรรมของผู้ประกอบการ         | .007                        | .011       | .031                      | .638    | .524 |
| 7. ทีมงานนวัตกรรม                  | .012                        | .011       | .052                      | 1.090   | .276 |

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเดียวหรือแบบปกติของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 3 ปัจจัย คือ การจัดการผลผลิต การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม และความสามารถของผู้ประกอบการ ส่วนปัจจัยที่เหลือ 4 ปัจจัย ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 4.205 + .027 (\text{Factor 1}) - .043 (\text{Factor 2}) + .028 (\text{Factor 3})$$

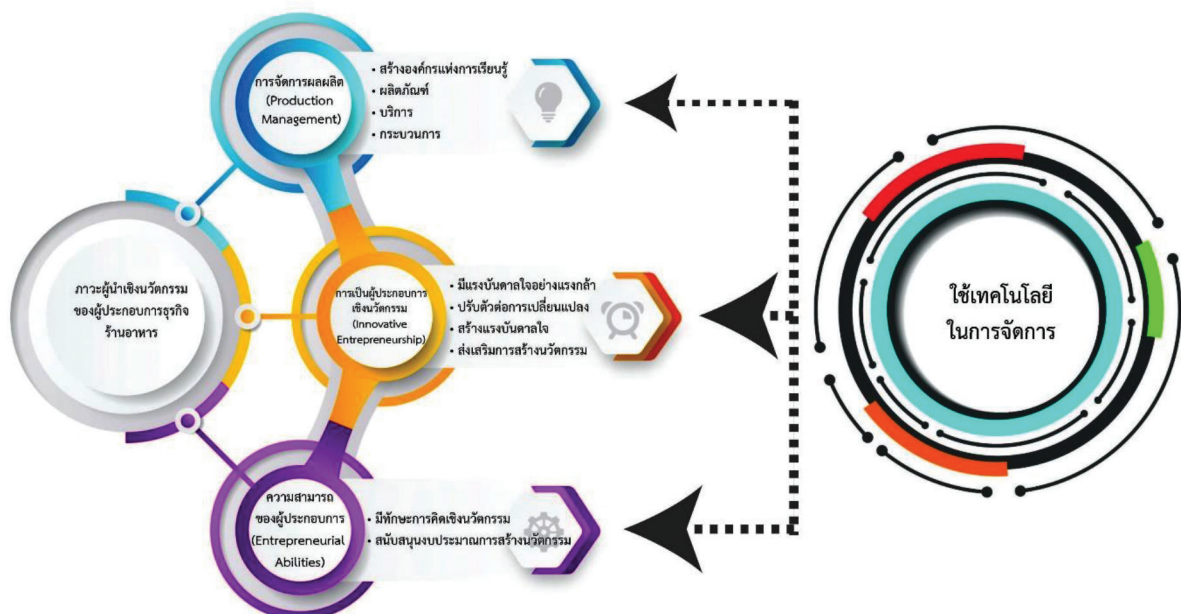
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .113 (\text{Factor 1}) - .185 (\text{Factor 2}) + .119 (\text{Factor 3})$$

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร เป็นข้อมูลในการสร้างร่างรูปแบบภาวะ

ผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร โดยปัจจัย 3 ปัจจัยหลัก และ 10 ปัจจัยย่อยนี้เป็นรูปแบบที่ใช้เป็นแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารให้มีศักยภาพ และมีส่วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่รับผิดชอบ ซึ่งผลการประเมินร่างรูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 13 คน ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) พบว่า ร่างรูปแบบในภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเหมาะสมกับสภาพปัจจุบันของธุรกิจบริการอาหารที่ต้องใช้นวัตกรรมเป็นฐานในการจัดการ รองลงมาคือ แนวคิดการสร้างรูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และกระบวนการศึกษาเพื่อให้ได้รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ตามลำดับ มีข้อเสนอแนะคือ 1) เพิ่มเติมปัจจัย การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ ที่สื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของทุกปัจจัยที่ต้องใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกในการจัดการ 2) แสดงเครื่องหมายให้เห็นถึงความเชื่อมโยงการทำงานของทุกปัจจัย เนื่องจากองค์กรต้องใช้ปัจจัยการจัดการหลายอย่างเชื่อมโยงกันเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยในการสื่อความหมายสำหรับผู้ประสงค์นำไปใช้งานได้ด้วย ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

## อภิปรายผล

1. ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการจัดการผลผลิต (Production Management) ได้แก่ สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผลិតภัณฑ์ บริการ และกระบวนการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร สอดคล้องกับ Chien และ Tsai (2021) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการร้านอาหารจานด่วนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแข่งขันในตลาด แสดงให้เห็นว่าทักษะผู้ประกอบการและกลไกการเรียนรู้ในองค์กรมีผลต่อความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแบบต่อเนื่องซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของร้านอาหาร และทักษะผู้ประกอบการมีผลกระทบในเชิงบวกบวกต่อกลไกการเรียนรู้ในองค์กร สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ Phuanpoh (2018) ศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารคือ การบริหารจัดการร้านอย่างเป็นระบบ รักษาสูตรลับเฉพาะของรายการอาหาร สร้างสรรค์เมนูอาหารให้น่าสนใจ เน้นเอกลักษณ์ของรสชาติและความรวดเร็วในการบริการ สอดคล้องกับ Khongharn และ Saeng-on (2018) ที่นำเสนอกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับร้านอาหารริมทาง สรุปได้ว่า ร้านอาหารควรสร้างความแตกต่างของธุรกิจโดยเน้นความแตกต่างและความโดดเด่นของวัตถุดิบ ส่วนประกอบของอาหาร และรูปแบบการเสนอ ส่วนการสร้างนวัตกรรมให้ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่เป็นการแปลกใหม่ หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมสู่นวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ ช่วยแก้ปัญหาสร้างกำไร เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง (Ativetin, 2018) ในขณะที่ Mahsyar และ Surapati (2020) พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ในร้านอาหารมีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อความภักดีของผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การใช้บริการซ้ำ โดยความพึงพอใจจะเพิ่มขึ้นด้วยคุณภาพอาหาร บริการ และราคาเมื่อเทียบกับมูลค่าอาหาร ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์

กระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าได้ (Namin, 2017) ดังนั้นการจัดการผลผลิตในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่งเสริมให้พนักงานแบ่งปันความรู้ และเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น จะเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ด้วยกระบวนการปฏิบัติงานที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2. ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Innovative Entrepreneurship) ได้แก่ มีแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้าปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร โดย Jantar (2019) ศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคือ แรงบันดาลใจด้านการเงิน เนื่องจากมองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้เพื่อช่วยเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้ดีขึ้น และแรงบันดาลใจที่จะได้รับการยกย่องจากการดำเนินธุรกิจ เมื่อบุคคลมีความปรารถนาจะได้รับการยกย่องยังมีแนวโน้มในการประกอบธุรกิจมากขึ้น สำหรับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับผู้บริหาร โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยี หรือ Digital Disruption รวมทั้งการแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นตัวเร่งให้เกิดการปรับรูปแบบการทำธุรกิจ เพราะผู้บริโภคใช้บริการผ่านสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้น การทำธุรกรรมออนไลน์จึงได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ธุรกิจดั้งเดิมหลายประเภทต้องปรับตัวจากการมีหน้าร้านไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (Thienachariya, 2020) นอกจากนี้ Khongharn และ Saeng-on (2018) ยังศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมักใช้บริการร้านอาหารด้วยเหตุผลจากเพื่อน การรีวิวตามสื่อโซเชียลมีเดีย การใช้สื่อออนไลน์ การนำเสนอข้อมูลจากบล็อกเกอร์นักชิม แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี ดังนั้น ผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม ซึ่งเป็นบุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจ

ที่ต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างแรงบันดาลใจ แก่ทีมงาน โดยส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคและกำลังซื้อที่เปลี่ยนไป ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้

3. ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ability) ได้แก่ มีทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม และสนับสนุนงบประมาณการสร้างนวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ สอดคล้องกับ Janpla (2016) ที่ศึกษาพบว่า ทักษะการคิดเชิงนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบหนึ่งของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการอาหาร นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของประสิทธิภาพการทำงาน การรับรู้ความสามารถในตนเองของผู้ประกอบการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพทางการตลาด ซึ่งสะท้อนจากยอดขาย ผลกำไร และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น (Najib et al., 2020) ความสามารถของผู้ประกอบการ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรที่ต้องการคงความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการแข่งขันในศตวรรษที่ 21 ที่มาพร้อมกับ การเปลี่ยนแปลงของโลก (Alharbi, 2021) โดยใช้ทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์ในการบริหารงาน และสนับสนุนงบประมาณที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของร้านอาหาร

## สรุปผล

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีพฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรการตลาดและผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารโดยรวมมีความสำเร็จในระดับมากเช่นกัน ข้อที่ประสบความสำเร็จในระดับมากที่สุดคือ คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นไปตามที่กิจการคาดหวัง องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมี 7 ปัจจัย โดย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารมี 3 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย การจัดการผลผลิต การเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม และความสามารถของผู้ประกอบการ รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก 10 ปัจจัยย่อย ผลการประเมินพบว่า รูปแบบภาวะผู้นำโดยรวมมีความเหมาะสมมาก มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มการใช้เทคโนโลยีในการบริหาร และบูรณาการการดำเนินงานของ 3 ปัจจัยหลักร่วมกัน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารต้องเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ต้องเรียนรู้ในการปรับตัวโดยเลือกแนวทางการจัดการที่เหมาะสม ในขณะเดียวกันควรพิจารณาความท้าทายเรื่องการยอมรับและความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของพนักงานและลูกค้า เพื่อให้การดำเนินงานส่งผลต่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ

1.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารควรประยุกต์ใช้รูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในธุรกิจร้านอาหารให้เกิดประโยชน์ โดยใช้เป็นแนวทางพัฒนาผู้บริหารระดับต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งอาจจัดในรูปแบบการให้คำปรึกษาแนะนำ อบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ และในการจัดอบรม ควรจัดเนื้อหาสาระแยกเป็นหัวข้อให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ได้

- |                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป</b></p> <p>2.1 ควรศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมบริการอาหารแขนงต่าง ๆ ที่เน้นการใช้นวัตกรรมในการจัดการ เพื่อให้เป็นต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางใน</p> | <p>การจัดการธุรกิจให้อยู่รอดและประสบความสำเร็จ</p> <p>2.2 ควรศึกษาความอยู่รอดและการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารในสถานการณ์การที่เป็นความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## References

- Abdullrazak, S. H., & Alyamani, A. A. (2019). The characteristics of innovative leadership and its role in crisis management survey study in the (UNDP) in Iraq construction sector. *Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences*, 15, 290-309. <https://www.iasj.net/iasj/article/173036>
- Alharbi, I. B. A. (2021). Innovative leadership: A literature review paper. *Open Journal of Leadership*, 10, 214-229.
- Ativetin, T. (2018). Niche, innovation & network: Concept for success of startups in 4.0 era. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 21(1), 320-333. [in Thai]
- Bishop, R. H. (2016). *What is innovation? 2016 EDI, San Francisco, CA, 29 March 2016*. <https://peer.asee.org/what-is-innovation>
- Blagoev, D., & Yordanova, Z. (2015). Company innovative leadership model. *Economic Alternatives*, 2, 5-16. <https://ideas.repec.org/a/nwe/eajour/y2015i2p5-16.html>
- Chairatana, P. (2022). *9 essential innovations for food producers if you want the business to continue*. <https://www.smethailandclub.com/entrepreneur/7322.html> [in Thai]
- Chien, S., & Tsai, C. (2021). Entrepreneurial orientation, learning, and store performance of restaurant: The role of knowledge-based dynamic capabilities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 384-392.
- Choi, S., Lee, S., Choi, K., & Sun, A. (2018). Investment–cash flow sensitivities of restaurant firms: A moderating role of franchising. *Tourism Economics*, 24(5), 560-575.
- Davis, M. W. (2019). Innovative leadership. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 16, 69-73. <https://doi.org/10.33423/jlae.v16i4.2370>
- Department of Business Development [DBD]. (2022). *Business analysis report*. [https://www.dbd.go.th/download/article/article\\_20221025094101.pdf](https://www.dbd.go.th/download/article/article_20221025094101.pdf) [in Thai]
- Drucker, P. F. (1995). *Management*. Butterworth-Heinemann.
- Eden, S. K., Rizky, I., & Willya, A. (2023). The role of leadership in the development of public organizations. *Journal of Governance*, 7(4), 877-884.
- Janpla, J. (2016). Innovative leadership entrepreneurs processed food business. *Journal of Southern Technology*, 9(1), 56-60. [in Thai]

- Jantar, J. (2019). *The key characteristics of private apartment entrepreneurs in Chang Phuak Sub-district, Mueang District, Chiang Mai Province* [Master' thesis]. Chiang Mai Rajabhat University. [in Thai]
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61, 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- Kasikorn Research Center [KResearch]. (2022). *The value of the restaurant business will expand in 2022-2023*. Kasikorn Research Center. [in Thai]
- Khongharn, R., & Saeng-on, A. (2018). Marketing strategy to creating modern street food in Bangkok. *Panyapiwat Journal*, 10(1), 91-103. [in Thai]
- Kozioł-Nadolna, K. (2020). The role of a leader in stimulating innovation in an organization. *Administrative Sciences*, 10(3), 59. <https://doi.org/10.3390/admsci10030059>
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of service quality and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204-211
- Ministry of Industry. (2017). *The achievement in implementation of the government policy and industrial strategy fiscal year 2016*. Ministry of Industry. [in Thai]
- Mumford, D., M., Newbold, R., T., Fichtel, M., & England, S. (2022). *Leading for innovation*. Cambridge University Press.
- Najib, M., Septiani, S., & Nurlaela, S. (2020). The role of innovation, entrepreneurial self-efficacy and local uniqueness on marketing performance in small and medium-sized restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(6), 499-519.
- Namin, A. (2017). Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70-81.
- National Innovation Agency. (2019). *Innovative organization book of knowledge*. National Innovation Agency. [in Thai]
- Northouse, P. G. (2020). *Introduction to leadership: Concepts and practice* (5th ed). SAGE Publications, Inc.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The 13<sup>th</sup> National Economic and Social Development Plan*. Office of the National Economic and Social Development Council. [in Thai]
- Phuanpoh, Y. (2018). Types of restaurants with characteristics of the successful restaurant entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 303-321. [in Thai]
- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. SAGE Publications, Inc.



- Saputra, F. (2021). Leadership, communication, and work motivation in determining the success of professional organizations. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(2), 59-70. <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i2.54>
- Thienachariya, T. (2020). *The business world after COVID-19*. [https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256305Inspiration\\_Thana.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256305Inspiration_Thana.aspx) [in Thai]
- Thomson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. American Psychological Association.
- Turasakun, M., & Rukmai, S. (2022). Food waste management of restaurant business in Koh Tao Surat Thani. *Dusit Thani College Journal*, 16(1), 50-63.



**Name and Surname:** Chutamas Peeraphatchara

**Highest Education:** Doctor of Business Administration (Industrial and Human Resource Development), King Mongkut's University of Technology North Bangkok

**Affiliation:** Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

**Field of Expertise:** Management and Home Economics



**Name and Surname:** Chanicha Prajugjit

**Highest Education:** Master of Home Economics Program, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

**Affiliation:** Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

**Field of Expertise:** Home Economics



**Name and Surname:** Patcharanun Youngworawichian

**Highest Education:** Master of Science (Agro-Industrial Technology Management), Kasetsart University

**Affiliation:** Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

**Field of Expertise:** Industrial Technology Management