

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม

Guidelines for Developing Service Innovation for the Hotel Business

ดาวศุกร บุญยะสานต์¹ อัศวิน แสงพิกุล²
Daosook Boonyasarn, Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมตามทฤษฎีการจำแนกนวัตกรรม 5 ด้าน และ 2. เพื่อวิเคราะห์การทำงานนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจำแนกตามแผนกของโรงแรม งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของโรงแรมที่ตั้งอยู่เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจับประเด็นจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมสามารถจำแนกได้ 5 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ลูกค้า นวัตกรรมพัฒนากระบวนการลดการใช้พลังงานของโรงแรม นวัตกรรมพัฒนากระบวนการบริหารจัดการให้แก่พนักงาน นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ/การตลาด และนวัตกรรมด้านการสร้างเครือข่าย 2. นวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจำแนกตามแผนกของโรงแรม พบว่าหลายแผนกได้นำนวัตกรรมรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ เช่น แผนกงานส่วนหน้า นำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการงานส่วนหน้า ในขณะที่แผนกแม่บ้านใช้นวัตกรรมในการอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและการทำความสะอาด ส่วนฝ่ายขายและการตลาดเน้นนวัตกรรมด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นต้น งานวิจัยในครั้งนี้ให้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเพื่อให้เห็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและการให้บริการที่ขึ้นดีแก่ลูกค้า

คำสำคัญ (Keywords): ธุรกิจโรงแรม; นวัตกรรมบริการ; แนวทางการพัฒนานวัตกรรม

Abstract

This research article had objectives: 1. to explore approaches in the development of innovation for the hotel business based on five aspects of innovation development, and 2. to analyze the innovative practices for the hotel business based on each hotel department. This study was a qualitative approach by collecting data through the interview methods from hotel executives in Bangkok area by a purposive sampling, with a total of ten informants. Context analysis was employed to analyze the data from the interviews and to classify the data based

Received: 2024-04-19 Revised: 2024-05-03 Accepted: 2024-05-05

¹ หัวหน้าหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
Head of Tourism and Event Business Program, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University,
Bangkok, Thailand. Email: daosook.bon@dpu.ac.th

² ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต Director of Graduate Program in Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok,
Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

on hotel innovation aspects. The study revealed that 1. the approaches for developing innovation in the hotel business were classified into five aspects: product innovation, process innovation in reducing energy, managerial innovation for employees, management innovation and network/alliance innovation. 2. For the practices of innovation classified by hotel departments, it was found that several departments had implemented various aspects of innovation. For example, the front desk had implemented technological innovation to manage its daily work while the housekeeping department implemented the innovation to facilitate guest services in guest rooms. The sales and marketing department focused on innovation to introduce new products and services. This research provides value contributions for hotel practitioners to realize the approaches in developing innovation in the hotel business to increase competition opportunities and to provide customer with better services.

Keywords: hotel business; service innovation; approaches in developing innovation

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบัน สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นหลังจากการคลี่คลายของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนที่เศรษฐกิจของประเทศ และกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจโรงแรม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566) อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันยังต้องเผชิญกับโจทย์ที่ท้าทายมากขึ้น จากตลาดนักท่องเที่ยวที่ยังมีความไม่แน่นอน และสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา อีกทั้งการแข่งขันที่สูงขึ้นจากคู่แข่งรายใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการในตลาดทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมและจากธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ รายใหม่ที่เข้ามาในพื้นที่ทางธุรกิจเพิ่มขึ้น และมีแบ่งทางการตลาด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมทวีความท้าทายอย่างยิ่งในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ ดังนั้น จากสถานการณ์ความจำเป็นในการแข่งขันของตลาดเพื่อการดำเนินธุรกิจให้สามารถอยู่รอดและเข้าถึงความต้องการและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความอยู่รอดให้กับธุรกิจได้ ซึ่งกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบริการถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยสร้างมูลค่าในงานบริการ เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Gyurácz-Németh, Horn, & Friedrich, 2016: 52-60)

ทั้งนี้ จากความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีองค์ความรู้เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจของตน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดองค์ความรู้ที่จำเป็นในเรื่องการพัฒนานวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม (Pikkemaat & Peters, 2012: 101-124; Pikkemaat et al., 2016: 343-360) เนื่องจากงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นการศึกษานวัตกรรมในธุรกิจขนาดใหญ่หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้ไม่สามารถนำมาใช้กับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ทั้งหมดเนื่องจากความแตกต่างของลักษณะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงส่งผลให้อัตราความสำเร็จในการทำนวัตกรรมในธุรกิจบริการมีระดับ

ค่อนข้างต่ำ (Pikkemaat et al., 2016: 343-360; Thomas & Wood, 2014: 39-48) นอกจากนี้ งานวิจัยของ ดาวศุภกร บุญญะสานต์ และอศวิน แสงพิกุล (2565: 179-190) พบว่า การศึกษานวัตกรรมในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยนั้น ถึงแม้จะมีงานวิจัยที่ศึกษานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในหลากหลายแนวทาง แต่พบว่ายังขาดงานวิจัยที่ศึกษานวัตกรรมที่จำแนกตามแนวคิดการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจบริการ ซึ่งแบ่งประเภทออกเป็น 5 ด้าน ตามลักษณะขอบเขตและการนำไปใช้ประโยชน์ (Hjalager, 2010: 1-12) ซึ่งได้แก่ 1) product or service innovation เป็นนวัตกรรมที่ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างหรือความใหม่จากสินค้าหรือการบริการ 2) process innovation เป็นนวัตกรรมที่เน้นกระบวนการ (เทคโนโลยี) ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีกว่าของเดิม 3) managerial innovation เป็นนวัตกรรมที่เน้นวิธีการใหม่ ๆ ในการกำกับการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร 4) management innovation เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการตลาด และ 5) institutional innovation เป็นการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ของการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ/ทางการค้า

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษานวัตกรรมตามกรอบแนวคิดประเภทนวัตกรรม 5 ด้านของ Hjalager (2010: 1-12) เพื่อเติมช่องว่างองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ให้มีแนวทางหรือองค์ความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจโรงแรมในยุคปัจจุบัน เพื่อให้สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการโดยการทำนวัตกรรมบริการอย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ตามทฤษฎีการจำแนกนวัตกรรม 5 ด้าน
2. เพื่อวิเคราะห์การทำนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจำแนกตามแผนกของโรงแรม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมยุคใหม่ โดยใช้กรอบแนวคิดประเภทนวัตกรรมของ Hjalager (2010: 1-12) ซึ่งได้กำหนดการพัฒนานวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) product or service innovation 2) process innovation 3) managerial innovation 4) management innovation และ 5) institutional innovation รวมถึงการวิเคราะห์ประโยชน์ จุดมุ่งหมายการทำนวัตกรรม และประเภทของนวัตกรรม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้ 1) เป็นผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีการบริหารจัดการแบบอิสระ (Independent Hotels) หรือแบบโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรม ระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ที่มีอายุการทำงาน 5 ปีขึ้นไป 2) เป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงด้านการบริการที่ดีและได้รับรางวัลจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ เช่น Certificate of Excellence from TripAdvisor ,Thailand Boutique Award,

The World Luxury Hotel Awards เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำผลมาประยุกต์ใช้ต่อ ทั้งนี้ ในการดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำจดหมายขอสัมภาษณ์ไปตามโรงแรมที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้ โดยได้ส่งจดหมายไปถึงโรงแรม 15 แห่ง และมีผู้ตอบรับการสัมภาษณ์กลับมาจำนวน 10 แห่ง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้และความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วน และตามจริงมากที่สุด (Chantavanich, 2009) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยประเด็นการสัมภาษณ์มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และอัศวิน แสงพิบูล (2565: 179-190) และ Pikkemaat, Pikkemaat, Zehrer, & Zehrer (2016: 343-360)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อจับประเด็นจากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม

ผลการวิจัย (Research Results)

1. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม ตามทฤษฎีการจำแนกนวัตกรรม 5 ด้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรม สามารถสรุปแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมยุคใหม่ตามทฤษฎีการจำแนกนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน ได้ตามประเด็นต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามทฤษฎีนวัตกรรม 5 ด้าน

นวัตกรรม 5 ด้าน	นวัตกรรมที่โรงแรมดำเนินการ
1) Product / Service Innovation นวัตกรรมที่ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างหรือความใหม่จากสินค้าหรือการบริการ	<i>Pool bar service</i> - โรงแรมสร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเปิดเป็น pool bar พร้อมที่นั่งริมสระน้ำ และในสระน้ำ <i>Kid spa</i> - โรงแรมนำเสนอสปาสำหรับเด็ก โดยออกแบบเป็นโหนดสีลูกกวาดและขนมหวาน บริการทำเล็บมือและเล็บเท้า กิจกรรมผสมโคลนด้วยตนเอง รวมถึงมีการจัดงานเลี้ยงต่าง ๆ สำหรับเด็ก <i>สถานีชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าภายในโรงแรม</i> - โรงแรมให้บริการสถานีชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าภายในอาคารจอดรถของโรงแรม <i>แพคเกจการพักผ่อนเพื่อสุขภาพในแบบธรรมชาติบำบัด</i> - โรงแรมให้บริการโปรแกรมดีท็อกซ์เพื่อการฟื้นฟูและคืนความสมดุลสู่ร่างกาย ในระยะเวลา 4 วัน 3 คืน ประกอบด้วยห้องพัก อาหารสุขภาพ โปรแกรมล้างสารพิษ (ดีท็อกซ์) โปรแกรมนวด และการออกกำลังกาย <i>อุปกรณ์เทคโนโลยี VR (Virtual Reality)</i> - โรงแรมนำเทคโนโลยี VR มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม เช่น ห้องพัก ห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

2) Process Innovation นวัตกรรมที่เน้นกระบวนการที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีกว่าของเดิม	ระบบ <i>Smart Energy</i> - โรงแรมนำเอาเทคโนโลยีด้านพลังงานไฟฟ้าด้วยระบบ <i>Smart Energy</i> เข้ามาใช้ในโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และเพื่อช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของโรงแรม การจัดการรายงานบัญชีแขกพัก (<i>Guest Folio</i>) - โรงแรมใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลประวัติลูกค้า โปรแกรมสำเร็จรูปด้านการบริหารจัดการห้องอาหาร - โรงแรมใช้ระบบเก็บเงินห้องอาหาร (<i>Point of Sales System</i>) สำหรับจัดเก็บข้อมูลด้านการขายอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงมีการใช้โปรแกรม Application สำหรับลูกค้าในการสั่งอาหาร
3) Managerial Innovation นวัตกรรมที่เน้นวิธีการใหม่ๆ ในการกำกับการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร	สร้างมุมพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน - โรงแรมดัดแปลงตึกของโรงแรมเพื่อให้พนักงานใช้เป็นที่พักผ่อน เช่น ห้องนอน ห้องอาบน้ำ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น สร้างความผูกพันของพนักงาน (<i>Employee Engagement</i>) - โรงแรมเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานโดยผ่านทาง การสร้างแรงจูงใจโดยใช้รางวัล การมอบอำนาจให้พนักงาน และการฝึกอบรมพนักงาน การร่วมคิดร่วมสร้าง (<i>Employee co-creation</i>) - เพื่อเน้นมีส่วนร่วมของพนักงานในการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างองค์กรเชิงนวัตกรรม การสื่อสารภายในองค์กร - โรงแรมให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยเน้นการประชุมภายในแผนก (<i>Internal meeting</i>) และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่รวดเร็วภายในหน่วยงาน เช่น การใช้ Line Application
4) Management Innovation นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการตลาด	โปรแกรมความภักดี (<i>Loyalty program</i>) - โรงแรมรักษาสถานลูกค้าและกระตุ้นให้เกิดกลับมาซื้อซ้ำ โดยการใช้โปรแกรมความภักดี ในการสะสมแต้มและแลกรับรางวัล และการให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก เทคโนโลยีสื่อสารการตลาด - โรงแรมส่วนใหญ่นำเทคโนโลยีสื่อสารการตลาดความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการจองข้อมูลของโรงแรม โดยการโฆษณาผ่านช่องทาง Online advertising รวมถึงการใช้ช่องทางแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (<i>online reservation</i>)
5) Institutional Innovation การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ของการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ/ทางการค้า	เครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ - โรงแรมร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตและสายการบินในการสะสมแต้มเพื่อนำคะแนนจากการใช้บริการมาเป็นส่วนลดหรือบัตรกำนัลเพื่อเข้าพักโรงแรม เครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน - โรงแรมสร้างเครือข่ายกับชุมชนเพื่อนำผลิตภัณฑ์มาให้บริการหรือจำหน่ายในโรงแรม

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปตัวอย่างแนวทางการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมตามทฤษฎีการจำแนกนวัตกรรม 5 ด้าน ในบริบทธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้ ดังนี้

1) Product or Service Innovation พบว่า โรงแรมบางแห่งได้สร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มโดยเปิดเป็น Pool bar service ที่ให้บริการริมสระน้ำของโรงแรม ทำให้ลูกค้าได้รับบรรยากาศที่ต่างจากห้องอาหารทั่วไป หรือโรงแรมบางแห่งได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ Kid Club เพื่อเจาะกลุ่มเด็กเล็กที่เดินทางมากับผู้ปกครอง เช่น Kid bar ที่มีแนวคิดนำเสนอผลิตภัณฑ์สปาสำหรับเด็กโดยเฉพาะ มีการตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าวัยเด็ก โดยออกแบบใช้โทนสีลูกกวาดและขนมหวาน มีบริการทำเล็บมือและเล็บเท้า มีกิจกรรมผสมโคลนด้วยตนเอง รวมถึงมีการจัดงานเลี้ยงสำหรับกลุ่มลูกค้าเด็กด้วย นอกจากนี้ โรงแรมบางแห่งได้ริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่โดยนำเสนอแนวทางการพักผ่อนเพื่อสุขภาพในแบบธรรมชาติบำบัด หรือโปรแกรมล้างพิษเพื่อการฟื้นฟูและคืนความสมดุลสู่ร่างกาย เช่น แบบ 4 วัน 3 คืน โดยผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ประกอบด้วย ห้องพัก อาหารสุขภาพ โปรแกรมล้างสารพิษ (ดีท็อกซ์) โปรแกรมนวด และการออกกำลังกาย

2) Process Innovation พบว่า โรงแรมหลายแห่งได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริหารโรงแรมหลายแห่งได้นำเอาเทคโนโลยีด้านพลังงานไฟฟ้าด้วยระบบ Smart Energy เข้ามาใช้ในโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และเพื่อช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของโรงแรม นอกจากนี้ โรงแรมบางแห่งได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปด้านการบริหารจัดการห้องอาหาร (Point of Sales System) มาใช้เพื่อทำให้กระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและการจัดเก็บข้อมูลด้านการขายอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างถูกต้อง รวมถึงมีการใช้โปรแกรม Application สำหรับลูกค้าในการสั่งอาหารภายในห้องอาหารและห้องพักอีกด้วย

3) Managerial Innovation พบว่า โรงแรมบางแห่งสร้างมุมพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน โดยดัดแปลงตึกของโรงแรมเพื่อให้พนักงานใช้เป็นที่พักผ่อน เช่น ห้องนอน ห้องอาบน้ำ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น รวมทั้งโรงแรมหลายแห่งได้สร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) โดยผ่านทางการสร้างแรงจูงใจโดยใช้รางวัล การมอบอำนาจให้พนักงานและการฝึกอบรมพนักงาน รวมทั้งเน้นการใช้การสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำ Line Application มาใช้เพื่อการประสานภายในแผนกและระหว่างแผนก และการใช้เทคโนโลยีอื่นๆเพื่อการสื่อสารที่รวดเร็วภายในหน่วยงาน เป็นต้น

4) Management Innovation พบว่า โรงแรมหลายแห่งมีระบบโปรแกรมความภักดี (Loyalty program) เพื่อรักษาลูกค้าและกระตุ้นให้เกิดกลับมาซื้อซ้ำ โดยการใช้โปรแกรมความภักดี ในการสะสมแต้มและแลกรับรางวัล และการให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก รวมทั้งบางแห่งใช้เทคโนโลยีสื่อสารการตลาด เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการจองข้อมูลของโรงแรม โดยการโฆษณาผ่านช่องทาง online advertising รวมถึงการใช้ช่องทางแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ (online reservation) เป็นต้น

5) Institutional Innovation พบว่า โรงแรมหลายแห่งแสวงหาเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ เช่น โรงแรมร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตและสายการบินในการสะสมแต้มเพื่อนำคะแนนจากการใช้บริการมาเป็นส่วนลดหรือบัตรกำนัลเพื่อเข้าพักโรงแรม หรือ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน เพื่อนำผลิตภัณฑ์มาให้บริการหรือจำหน่ายในโรงแรม เป็นต้น

2. การทำนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามแผนกของโรงแรม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรม สามารถสรุปและจำแนกการทำนวัตกรรมในโรงแรมตามแผนกได้ตามประเด็นต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การทำนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามแผนก

แผนก	นวัตกรรมที่นำมาใช้	ประโยชน์ของนวัตกรรม
1) งานส่วนหน้า	<i>Product/Service Innovation</i> ที่เน้นนวัตกรรมการออกแบบ (Architectural and design) โรงแรมให้มีเอกลักษณ์ โดยการ - นำอาคารเก่าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือศิลปวัฒนธรรมมาปรับปรุงมาให้เป็นโรงแรม - ออกแบบอาคารให้มีลักษณะเฉพาะ มีความโดดเด่นแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป - ออกแบบห้องพักที่มีการตกแต่งตามโทนสีต่าง ๆ	สร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรม
	<i>Process Innovation</i> ที่เน้นการมุ่งความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer-oriented) ได้แก่ - ออกแบบการบริการที่มีความยืดหยุ่น เช่น การเช็คอิน-เช็คเอาท์ที่มีความยืดหยุ่น และการบริการที่ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคล - ให้บริการแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Service) - การบริการที่เหนือความคาดหวัง (Wow service)	การบริการแบบเฉพาะบุคคล (Personalize Service)
	<i>Process innovation</i> ที่เน้นเทคโนโลยีและการบริหารจัดการ ได้แก่ - การจัดการรายงานบัญชีแขกพัก (Guest Folio) โดยใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลประวัติลูกค้า - สำรวจความคิดเห็นของลูกค้าผ่านช่องทางที่สะดวก เช่น การจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นทาง QR Code และการฟังความคิดเห็นลูกค้าจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening)	ปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
	<i>Process innovation</i> ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการ ได้แก่ - การใช้ Property management System - การใช้ Hotel Application ให้ลูกค้า download ก่อนเข้าพักเพื่อให้บริการ check-in ผ่านโทรศัพท์มือถือ และให้รหัส key card ใช้เข้าห้องพักผ่านโทรศัพท์มือถือ - เพิ่มช่องทางการจ่ายเงิน E-Payment (Mobile payment/ electronic wallets)	อำนวยความสะดวกรวดเร็วให้ลูกค้าในการ check-in และ check-out และลดความผิดพลาด
2) แม่บ้านและห้องพัก	<i>Product/Service Innovation</i> ที่เน้นการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ - การใช้เทคโนโลยีในห้องพัก เช่น Guest Service Application, Free hi-speed internet, Master	ห้องพักที่สะดวกสบายและทันสมัย

แผนก	นวัตกรรมที่นำมาใช้	ประโยชน์ของนวัตกรรม
	control panel, Wake-up call set up, Keyless system, Free smart phone service - การใช้เทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงในห้องพัก เช่น In-room tablet, Smart TV/Internet on TV, Cable/satellite channels, Music system, Complementary online newspapers and magazines	
	<i>Process Innovation</i> ที่เน้นกระบวนการจัดการ ได้แก่ - นวัตกรรมทำความสะอาด เช่น การปฏิบัติตาม Standard cleaning procedure และการควบคุมคุณภาพ การใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้เครื่องฟอกอากาศและโอโซนฆ่าเชื้อไวรัส - การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เช่น ผลิตภัณฑ์รักษาสีสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ที่มีชื่อเสียง	ความสะอาดและสุขอนามัยที่ดีขึ้น
3) อาหารและเครื่องดื่ม	<i>Product/Service Innovation</i> ที่เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่า ได้แก่ - การออกแบบเมนูอาหาร เช่น อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ อาหารท้องถิ่น อาหารฟิวชั่น (Fusion Food) รวมถึงการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการนำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอาหาร	สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับอาหารและเครื่องดื่ม
	<i>Product/Service Innovation</i> ที่เน้นการสร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเปิดเป็น pool bar พร้อมที่นั่งริมสระน้ำ และในสระน้ำ	เพื่อสร้างบรรยากาศใหม่และการผ่อนคลาย
	<i>Process Innovation</i> ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและบริหารจัดการ ได้แก่ - โปรแกรมสำเร็จรูปด้านการบริหารจัดการห้องอาหารสำหรับระบบเก็บเงินห้องอาหาร (Point of Sales System) จัดเก็บข้อมูลด้านการขายอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการใช้ Application สำหรับลูกค้าในการสั่งอาหาร	อำนวยความสะดวก ลดขั้นตอน ลดความผิดพลาด และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ
	<i>Institutional Innovation</i> เน้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน โดยโรงแรมสร้างเครือข่ายกับชุมชนเพื่อนำผลิตภัณฑ์มาให้บริการหรือจำหน่ายในโรงแรม	สร้างคุณค่าให้กับอาหารและเครื่องดื่ม และในด้านการส่งเสริมความยั่งยืน
4) งานขายและการตลาด	<i>Managerial Innovation</i> ที่เน้นนวัตกรรมการตลาด โดยการใช้โปรแกรมความภักดี (Loyalty program) ในการการสะสมแต้มและแลกรับรางวัล และการให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก เพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้า	รักษาลูกค้าและกลับมาซื้อซ้ำ

แผนก	นวัตกรรมที่นำมาใช้	ประโยชน์ของนวัตกรรม
	<i>Managerial Innovation</i> เน้นนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารการตลาด ได้แก่ - การใช้ Online advertising เช่น Search Engine Marketing (SEM) และ Social Media Marketing (SMM) ในการโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้า - การจองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Online travel agents (OTAs), Hotel website, Social media, Hotel mobile application, Corporate website/ central reservation	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล หรือหาข้อมูลของโรงแรม
	<i>Product/Service Innovation</i> เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเจาะกลุ่มตลาด เช่น - คอร์สสปาสำหรับเด็ก โดยออกแบบเป็นโทนสีลูกกวาดและขนมหวาน นำเสนอบริการทำเล็บมือและเล็บเท้า กิจกรรมผสมโคลนด้วยตนเอง รวมถึงการจัดงานเลี้ยง ต่าง ๆ สำหรับเด็ก - เพจเกจสุขภาพ สำหรับเจาะกลุ่มผู้รักสุขภาพ โดยให้บริการโปรแกรมดีท็อกซ์เพื่อการฟื้นฟูและคืนความสมดุลสู่ร่างกาย ในระยะเวลา 4 วัน 3 คืน ประกอบด้วยห้องพัก อาหารสุขภาพ โปรแกรมล้างสารพิษ (ดีท็อกซ์) โปรแกรมนวด และการออกกำลังกาย	เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ และสร้างความแตกต่าง รวมถึงเพิ่มโอกาสทางการตลาดกลุ่มใหม่ ๆ
	<i>Product/Service Innovation</i> เน้นการใช้เทคโนโลยีโดยการนำอุปกรณ์ VR มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม เช่น ห้องพัก ห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม	ช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม
	<i>Institutional Innovation</i> เน้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ โดยโรงแรมร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตและสายการบินในการสะสมแต้มเพื่อนำคะแนนจากการใช้บริการมาเป็นส่วนลดหรือบัตรกำนัลเพื่อเข้าพักโรงแรม	สร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายและเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม
5) ทรัพยากรมนุษย์	<i>Management Innovation</i> ที่เน้นการสร้างขวัญและกำลังใจและแรงจูงใจ โดยการ - การสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) การสร้างแรงจูงใจโดยใช้รางวัล การมอบอำนาจให้พนักงาน และการฝึกอบรมพนักงาน - สร้างมุมพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน โดยดัดแปลงอาคารของโรงแรมเพื่อให้พนักงานใช้เป็นที่พักผ่อน เช่น ห้องนอน ห้องอาบน้ำ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น	เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและสร้างความผูกพันขององค์กร
6) แผนกอื่นๆ	<i>Management Innovation</i> ที่เน้นการใช้เทคโนโลยี - ใช้เทคโนโลยีด้านพลังงานไฟฟ้าด้วยระบบ Smart Energy เข้ามาใช้ในโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเพิ่ม	เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียนและเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซ

แผนก	นวัตกรรมที่นำมาใช้	ประโยชน์ของนวัตกรรม
	สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และเพื่อช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของโรงแรม	เรือนกระจกจากการดำเนินงานของโรงแรม
	<i>Product/Service Innovation</i> เน้นการใช้เทคโนโลยี - ลิฟท์แบบไร้สัมผัส (Contactless elevator) โดยใช้ระบบเซนเซอร์แทนการกดปุ่มในลิฟท์	อำนวยความสะดวกและลดการสัมผัสของลูกค้า
	<i>Product/Service Innovation</i> เน้นการใช้เทคโนโลยี - ให้บริการสถานีชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าภายในอาคารจอดรถของโรงแรม	อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
	<i>Management Innovation</i> ที่เน้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน - การมีส่วนร่วมของพนักงานในการร่วมคิดร่วมสร้าง (Employee co-creation) - การสื่อสารภายในองค์กร เช่น การประชุมภายในแผนก (Internal meeting) และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่รวดเร็วภายในหน่วยงาน เช่น การใช้ Line Application	มีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร และเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผลการวิจัยจากตารางที่ 2 สามารถสรุปพอสังเขปได้ว่า

1. แผนกงานส่วนหน้า มีการนำนวัตกรรมด้านการบริการลูกค้ามาให้บริการ เพื่อให้เกิดการบริการเฉพาะบุคคล การบริการที่เหนือความคาดหวัง รวมถึงการนำนวัตกรรมการออกแบบมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ที่พัก เช่น การตกแต่งของโรงแรมให้มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ยังใช้นวัตกรรมด้านการกระบวนการในการนำเทคโนโลยีมาในการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้า อำนวยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน เช่น Guest Folio, hotel application and check-in/check-out system เป็นต้น

2. แผนกแม่บ้าน ได้นำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาใช้หลายรูปแบบ เช่น การใช้เทคโนโลยีในห้องพัก เช่น Guest Service Application, Master control panel, Keyless system รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงในห้องพัก เช่น In-room tablet, Smart TV/Internet on TV, Cable/satellite channels เป็นต้น รวมทั้งการนำนวัตกรรมทำความสะอาดห้องพักมาใช้

3. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ได้นำนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์มาใช้ เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ เช่น การออกแบบเมนูอาหาร เครื่องดื่มสุขภาพ อาหารท้องถิ่น อาหารฟิวชั่น (Fusion Food) รวมถึงการสร้างและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเปิดเป็น pool bar พร้อมที่นั่งริมสระน้ำ และในสระน้ำ เป็นต้น

4. แผนกฝ่ายขายและการตลาด ได้นำนวัตกรรมหลายด้านมาใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ แก่ลูกค้า เช่น managerial innovation เน้นนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารการตลาด ได้แก่ การใช้ online advertising เช่น Search Engine Marketing (SEM) และ Social Media Marketing (SMM) ในการโฆษณาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การจองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Online travel agents (OTAs), Hotel website, Social media, Hotel mobile application, Corporate website/ central reservation เป็นต้น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีโดยการนำอุปกรณ์ VR มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม เช่น ห้องพัก ห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม นอกจากนั้น โรงแรมบางแห่ง เน้น Institutional

Innovation โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ โดยโรงแรมร่วมมือกับบริษัทประกันชีวิตและสายการบินในการสะสมแต้มเพื่อนำคะแนนจากการใช้บริการมาเป็นส่วนลดหรือบัตรกำนัลเพื่อเข้าพักโรงแรม เป็นต้น

5. แผนกทรัพยากรมนุษย์ เน้น Management Innovation โดยการสร้างขวัญและกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงาน เช่น การสร้างความผูกพันของพนักงาน การสร้างแรงจูงใจโดยใช้รางวัล การมอบอำนาจให้พนักงาน และการฝึกอบรมพนักงาน นอกจากนี้ โรงแรมบางแห่งยังได้สร้างมุมพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้พนักงาน โดยดัดแปลงเตียงของโรงแรมเพื่อให้พนักงานใช้เป็นที่พักผ่อน เช่น ห้องนอน ห้องอาบน้ำ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. จากการวิจัยพบว่า โรงแรมในประเทศไทยในปัจจุบันมีการทำนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) product/service innovation 2) process innovation 3) managerial innovation 4) management และ 5) institutional innovation ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hjalager (2010: 1-12) ที่ระบุว่า นวัตกรรมในภาคธุรกิจบริการสามารถพัฒนาได้ 5 ด้านดังกล่าว โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริหารโรงแรมยุคใหม่ในประเทศไทยมีการนำแนวคิดการพัฒนานวัตกรรมมาใช้อย่างกว้างขวางหลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของตะวันตก (Pikkemaat et al., 2016: 343-360) เหตุผลเช่นนั้น อาจเป็นเพราะว่า นวัตกรรมมีประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ เพราะนวัตกรรมช่วยสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพิ่มโอกาสให้แก่แข่งขัน และช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จึงอาจทำให้โรงแรมจำนวนมากได้นำนวัตกรรมด้านต่าง ๆ มาใช้ภายในโรงแรมเพื่อประโยชน์ดังกล่าว (ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และอศวิน แสงพิกุล, 2565: 179-190)

2. นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้นำแนวคิดนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม เช่น แผนกส่วนหน้า แผนกแม่บ้านและห้องพักรักษา แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขายและการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ การที่แผนกต่าง ๆ ของโรงแรมได้นำนวัตกรรมมาใช้ อาจมีเหตุผลหรือวัตถุประสงค์หลายประการ เช่น บางโรงแรมต้องการให้บริการส่วนบุคคลแก่ลูกค้า หลายแห่งต้องการทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายขณะเข้าพัก รวมทั้งเพื่อสร้างความน่าดึงดูดให้แก่ผลิตภัณฑ์ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ การที่แผนกต่าง ๆ ของโรงแรมได้นำนวัตกรรมมาใช้ส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานและการบริหารจัดการของแผนก และของโรงแรมในภาพรวม โดยผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาในเรื่องนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมทั้งในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ระบุว่า โรงแรมหลายแห่งได้นำนวัตกรรมมาใช้อย่างกว้างขวางในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่ ได้นำนวัตกรรมมาใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ รวมทั้งยังช่วยให้การทำงานในแต่ละแผนกมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย (ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และอศวิน แสงพิกุล, 2565: 179-190; Pikkemaat, Pikkemaat, Zehrer, & Zehrer, 2016: 343-360)

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research Knowledge)

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้บริหารโรงแรมยุคใหม่ในประเทศไทยได้นำแนวคิดด้านนวัตกรรมจากประเทศตะวันตกมาใช้อย่างกว้างขวางและสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการใน

ธุรกิจโรงแรมได้ถึง 5 ด้าน ตามที่นำเสนอในผลการวิจัย รวมทั้งผลการวิจัยยังได้นำเสนอตัวอย่างและแนวทางการสร้างนวัตกรรมบริการในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม ตั้งแต่แผนกงานส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม และแผนกขาย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ให้ความรู้เชิงกรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยธุรกิจโรงแรมสามารถพัฒนานวัตกรรมภายใต้ขอบเขตทั้ง 5 ด้าน ตามที่นำเสนอในผลการวิจัย ได้แก่ 1) product/service innovation 2) process innovation 3) managerial innovation 4) management และ 5) institutional innovation รวมทั้งตัวอย่างการจำแนกการใช้นวัตกรรมในแต่ละแผนกของโรงแรม ซึ่งผู้บริหารโรงแรมสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในโรงแรมประเภทต่าง ๆ ในประเทศไทย เช่น โรงแรมหรูหรู รีสอร์ท หรือโรงแรมที่เน้นการบริการด้านสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงเพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาจุดเน้นของโรงแรมที่อาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางโรงแรมอาจเน้นด้านผลิตภัณฑ์ ก็สามารถนำแนวคิดการพัฒนาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือบางโรงแรมอาจเน้นด้านกระบวนการ ก็สามารถนำแนวคิดด้านนวัตกรรมกระบวนการมาใช้ประโยชน์ หรือบางโรงแรมอาจประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านงานขายเพื่อเพิ่มยอดขาย เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารโรงแรม (supply side) งานวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาต่อยอดโดยการสำรวจการรับรู้ถึงนวัตกรรมของโรงแรมจากมุมมองของลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมจากฝั่งผู้บริโภค (demand side)

เอกสารอ้างอิง (References)

- ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และอศวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 6(3): 179-190.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). ปี 2566 ธุรกิจโรงแรมและที่พักทยอยฟื้นตัว แต่ภายใต้มุมมองที่ระมัดระวังมากขึ้น. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Hotel-z3351.aspx> สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2567
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทย กับก้าวต่อไปหลังเปิดประเทศ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-65-3/the-knowledge-65-3-3.html> สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2567.
- Chantavanich, S. (2009). *Data analysis in qualitative research*. (9th ed.). Chulalongkorn University Press.
- Gyurác-Németh, P., Horn, N., & Friedrich, N. (2016). Analyzing hotel innovation behavior in the Balaton region of Hungary to identify best practices. *Naše gospodarstvo/Our economy*. 62(3): 52-60.

- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. **Tourism Management**. 31(1): 1-12.
- Pikkemaat, B., & Peters, M. (2012). **Towards the measurement of innovation—a pilot study in the small and medium sized hotel industry**. In *Innovation in hospitality and tourism* (pp. 101-124): Routledge.
- Pikkemaat, B., Pikkemaat, B., Zehrer, A., & Zehrer, A. (2016). Innovation and service experiences in small tourism family firms. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**.10(4): 343-360.
- Thomas, R., & Wood, E. (2014). Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector. **Tourism Management**. 45: 39-48.

