

ABSTRACT

The purposes of this research were to find 1. the key types of service innovations for resorts in Thailand. 2. the steps to launch service innovations for resorts in Thailand 3. the benefits of service innovations for resorts in Thailand. This research study utilized in-depth interviewing with semi-structured questions of 24 key informants, purposively selected, such as 12 top management of resorts in Thailand, 7 academic experts in service innovation and 5 governmental officials

The findings of this research were as follows:

1. The key types of service innovations for resorts in Thailand were safety, new technology, and eco-friendly.
2. The steps to launch service innovation for resorts in Thailand were plan, do, evaluate and improve.
3. The benefits of service innovations for resorts in Thailand were increasing efficiency, increasing customer satisfaction, increasing market share, increasing sales volume and profits.

Keywords: Business Performance, Service Innovation, Resort, Thailand

1. บทนำ

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุค 3G/4G อย่างเต็มตัว ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ต่างๆได้อย่างสะดวกรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา ทำให้เกิดการแข่งขันในทุกรูปแบบ ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆเจริญก้าวหน้า จึงเป็นช่วงเวลาและโอกาสสำคัญสำหรับผู้ที่สามารถปรับตัวและเรียนรู้ได้ก่อนที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในทางกลับกัน ผู้ที่ไม่สามารถปรับตัวได้หรือไม่เรียนรู้สิ่งใหม่ ก็จะถูกคู่แข่งแซงหน้าไปอย่างรวดเร็ว จึงกล่าวได้ว่า การเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ และใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จะช่วยสร้างความก้าวหน้าให้แก่องค์กร สังคม และประเทศชาติได้เป็นอย่างดี

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation Strategy) เป็นหนึ่งในความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นับเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่มีบทบาทสำคัญ ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ในการดำเนินงานเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด โดยสนับสนุนให้เกิดโอกาสทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนนำไปสู่ความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการยังช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างสรรค์หรือพัฒนาปรับปรุงกระบวนการบริการหรือรูปแบบการบริการใหม่ๆให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Küpper C., 2001)

สำหรับประเทศไทย ในปัจจุบันภาครัฐได้สนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม โดยกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Capital Spa in Asia) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้มีย่านท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้นักลงทุนทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจลงทุน ในธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสความนิยมและการตอบรับที่ดีของตลาด (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554) กลยุทธ์หนึ่งที่ใช้ในการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท คือ กลยุทธ์การตลาดบริการสมัยใหม่ ที่เน้นการสร้างผลกำไรสูงสุดบนความพอใจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปมีความซับซ้อนมากขึ้น ประกอบกับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นธุรกิจบริการ ซึ่งยากที่จะจับต้องได้ ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด ทำให้นักการตลาดพยายามค้นหาคำตอบว่า การบริการต้องเป็นอย่างไร จึงสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้ อีกทั้ง ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่มีการแข่งขันสูงมากทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในไทยต่างต้องเร่งพัฒนาปรับปรุงศักยภาพการบริการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฉงจิ่ง หลี, 2556)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการสร้างผลประกอบการที่ดีด้วยนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย เพื่อผู้เกี่ยวข้องสามารถนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการวางแผนด้านนวัตกรรมบริการสำหรับธุรกิจรีสอร์ทได้อย่างเหมาะสม อันนำมาซึ่งศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาประเภทนวัตกรรมบริการที่สำคัญของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาขั้นตอนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย
- 2.3 เพื่อศึกษาประโยชน์ที่รีสอร์ทในประเทศไทยได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการ

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยเน้นศึกษาเนื้อหาในประเด็นต่อไปนี้

- 1) ประเภทนวัตกรรมบริการที่สำคัญของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย
- 2) ขั้นตอนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย
- 3) ประโยชน์ที่รีสอร์ทในประเทศไทยได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการ

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

- 1) ขอบเขตด้านพื้นที่: รีสอร์ทในประเทศไทยที่มีนวัตกรรมบริการ
- 2) ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มี 3 กลุ่ม คือ
 - ตัวแทนผู้บริหารรีสอร์ทในประเทศไทย จำนวน 12 คน
 - นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม จำนวน 7 คน
 - ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน

3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะเวลาเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์-สิงหาคม พ.ศ. 2559

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Question) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ที่เลือกแบบเจาะจง ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนผู้บริหารรีสอร์ทในประเทศไทย จำนวน 12 คน 2) กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม จำนวน 7 คน 3) กลุ่มตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน โดยแต่ละกลุ่มมีเกณฑ์ในการเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

๑. กลุ่มตัวแทนผู้บริหารรีสอร์ทในประเทศไทย เกณฑ์ที่ใช้ คือ

- มีความเกี่ยวข้องกับการวางนโยบายนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท หรือเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทเป็นอย่างดี เช่นผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น
- มีประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทอย่างน้อย 3 ปี

๒. กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม เกณฑ์ที่ใช้ คือ

- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการเป็นอย่างดี
- มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการให้กับองค์กรต่างอย่างน้อย 3 ปี

๓. กลุ่มตัวแทนภาครัฐ เกณฑ์ที่ใช้ คือ

- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการเป็นอย่างดี
- มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการให้กับองค์กรต่างอย่างน้อย 3 ปี

5. ผลการวิจัย

1. ประเภทนวัตกรรมบริการที่สำคัญของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย นวัตกรรมบริการที่สำคัญของ ธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย มี 3 ประเภท ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1) นวัตกรรมบริการด้านความปลอดภัย ได้แก่ กล้องวิดีโอวงจรปิดอุปกรณ์ส่งสัญญาณภาพ เครื่องบันทึกภาพกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ระบบควบคุมการเข้า-ออกด้วยสมาร์ตการ์ด

1.2) นวัตกรรมบริการด้านความทันสมัยของเทคโนโลยี ได้แก่ มี Universal adapter และหัวปลั๊กไฟชนิดต่างๆไว้บริการในห้องพัก มีอินเทอร์เน็ตให้บริการฟรีภายในรีสอร์ท สร้างแอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันต่างๆ เช่น การเช็คอิน การจองห้องพัก รายละเอียดของโปรโมชั่นต่างๆ รวมทั้งกำหนดการการจัดงานเทศกาลต่างๆของรีสอร์ท รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านอาหารที่อยู่บริเวณใกล้เคียงรีสอร์ท

1.3) นวัตกรรมบริการด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การทำ 3 R's คือ Reduce เช่น ไม่ชักผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวทุกวัน ใช้หลอดไฟแบบประหยัดไฟ ใช้เครื่องสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ใช้รถไฟฟ้าหรือไบโอดีเซลในรีสอร์ท Reuse เช่น นำเศษอาหารมาทำปุ๋ยหมัก การนำขวดที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติมาใส่มาใส่สบู่ แชมพูในห้องพักลูกค้า Recycle เช่น การคัดแยกขยะ

2. ขั้นตอนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย มี 3 ขั้นตอน คือ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การประเมินและปรับปรุง (Evaluate and Improve) ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอน 1 : การวางแผน (Plan) มีข้อปฏิบัติ ดังนี้

การเตรียมความพร้อมด้านบุคคล เป็นเรื่องของการเตรียมความพร้อมในการสร้างความรู้และความเข้าใจในเรื่องนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทให้กับผู้บริหารรีสอร์ทและพนักงาน

ผู้บริหารรีสอร์ท ต้องมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของนวัตกรรมบริการ สามารถกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท สามารถสื่อสารให้พนักงานในรีสอร์ทเข้าใจในทิศทางการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท มีความมุ่งมั่นและสนับสนุนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทได้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

พนักงาน มีความเข้าใจและเห็นความสำคัญนวัตกรรมบริการ ให้ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการ

การเตรียมงาน กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้าง ปรับปรุงและพัฒนา นวัตกรรมผู้บริหารรีสอร์ทต้องกำหนดจุดมุ่งหมายในด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทให้ได้ ว่าทำไปเพื่อวัตถุประสงค์ใดจึงจะสามารถคิด ปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงต่อความต้องการ รวมทั้งแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ตรงประเด็น

การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท ในการกำหนดนโยบายด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทนั้น ต้องมีความชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง และสามารถแก้ปัญหาและลดความเสี่ยงให้กับลูกค้าและพนักงานรีสอร์ทได้ด้วย

การสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทให้กับผู้เกี่ยวข้อง
ทราบ ผู้บริหารรีสอร์ทต้องสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทแก่พนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจในรายละเอียดของการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน อันจะนำมาซึ่งความร่วมมือของพนักงานทุกคน

การประเมินความพร้อมของรีสอร์ทและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ รีสอร์ทต้องมีการประเมินความพร้อมของรีสอร์ทในด้านเงินทุน ทรัพยากร ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อจะได้ทราบว่ารีสอร์ทควรปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการในแนวปฏิบัติใดบ้าง เพื่อแก้ปัญหา ลดความเสี่ยงและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กำหนดโครงการหรือลักษณะของนวัตกรรมบริการโดยรวม พนักงานทุกคนในรีสอร์ทจะต้องมองเห็นภาพของรีสอร์ทไปในทิศทางเดียวกัน จึงจะสามารถกำหนดโครงการหรือแนวทางการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

การคัดเลือกและจัดเรียงลำดับความคิด ผู้บริหารจะคัดเลือกโครงการนวัตกรรมบริการที่มีความเป็นไปได้และสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมของรีสอร์ทมาปฏิบัติ

กำหนดกลยุทธ์จากระดับล่างขึ้นบน ผู้บริหารรีสอร์ทต้องให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติอย่างเต็มที่

ขั้นตอน 2: การลงมือปฏิบัติ (Do)

รีสอร์ทควรจัดทำคู่มือขั้นตอนในการปฏิบัติงานด้านการบริการ เพื่อที่พนักงานทุกคนสามารถทำความเข้าใจและปฏิบัติได้ตรงตามมาตรฐานและเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 3: การประเมินผลและการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการ

สำหรับธุรกิจรีสอร์ท (Check and Improvement) องค์กรควรมีการประเมินผลวิธีการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยการเปรียบเทียบผลที่ได้กับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ การปฏิบัติใดที่มีผลการปฏิบัติไม่ตรงตามเกณฑ์ ผู้บริหารรีสอร์ทต้องพิจารณาทบทวนปรับปรุงวิธีการปฏิบัติใหม่ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

3. ประโยชน์ที่รีสอร์ทในประเทศไทยได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจรีสอร์ท เนื่องจาก เป็นการพัฒนารูปแบบการบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง หรือคิดรูปแบบการบริการที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนกับการบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ซึ่งมีประโยชน์ต่อธุรกิจรีสอร์ท ดังนี้

3.1) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า กล่าวคือ นวัตกรรมบริการไม่ได้หยุดอยู่แค่การคิดรูปแบบการบริการใหม่ๆ ให้แตกต่างจากที่มีอยู่เท่านั้น แต่ยังหมายความรวมถึงการบริหารจัดการใหม่ๆ และการคิดหากระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ ที่ทำให้สามารถบริการลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม

3.2) ช่วยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า กล่าวคือ หากรีสอร์ทมีนวัตกรรมบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แล้วนั้น ลูกค้าก็มักไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น ยังคงเป็นลูกค้าที่เหนียวแน่นของรีสอร์ท โดยมีการมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

3.3) ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งตลาด กล่าวคือ ลูกค้าที่มีความพึงพอใจการบริการของรีสอร์ททกลุ่มนี้ ยังเปรียบเสมือนกระจกเงาที่พร้อมจะให้ข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการบริการของรีสอร์ทในอนาคตอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีความเป็นไปได้สูงที่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวจะแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับรีสอร์ทอีกด้วย ซึ่งเท่ากับช่วยให้รีสอร์ทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อีกทางหนึ่ง

3.4) ช่วยให้อยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น กล่าวคือ รีสอร์ทใดที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ดี มีความมั่นคง ย่อมได้เปรียบคู่แข่งและส่งผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มสูงขึ้นและกำไรเพิ่มมากขึ้น

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง “แนวทางการสร้างผลประกอบการที่ดีด้วยนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย” แสดงให้เห็นถึงประเภทของนวัตกรรมบริการที่สำคัญสำหรับธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย โดยการสนับสนุนของผู้บริหารและการร่วมมือปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของบุคลากร อีกทั้งการให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของลูกค้า ซึ่งจากการที่รีสอร์ทมีนวัตกรรมบริการนั้น มีผลให้รีสอร์ทมีผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายผลในแต่ละประเด็นเพื่อความชัดเจนดังนี้

1) จากผลวิจัยที่ได้ พบว่า การที่รีสอร์ทจะมีการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมและสัมฤทธิ์ผลนั้น ผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้บริหารรีสอร์ท ซึ่งต้องมีส่วนร่วม ให้ความสำคัญในวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ทไปในทิศทางเดียวกัน มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะผลักดันให้เกิดนวัตกรรมบริการในรีสอร์ทของตนอย่างแท้จริง จัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมบริการ จัดอบรมความรู้ด้านนวัตกรรมแก่พนักงาน มีการลงทุนโดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน มอบรางวัลให้พนักงานที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมจนนำมาใช้ได้เป็นรูปธรรม 2) พนักงาน ต้องเปิดใจที่จะเรียนรู้และทำในสิ่งใหม่ มีทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านเทคโนโลยี หมั่นฝึกตนให้มีทักษะ ความรู้ด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น เข้าอบรมด้านนวัตกรรม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างแผนก แบ่งเวลาส่วนหนึ่งของงานประจำให้มีการใช้ทักษะด้านนวัตกรรม 3) ลูกค้า ให้คำแนะนำ ข้อร้องเรียน และข้อร้องขอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดมุ่งเน้นการบริการของ Lytle & Timmerman (2006) และ Teng & Barrow (2009) โดยแนวคิดดังกล่าว อธิบายว่า การที่องค์กรจะให้บริการที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของลูกค้าได้นั้น ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำในการบริการ พนักงานต้องได้รับการฝึกอบรมด้านการบริการเป็นอย่างดี และต้องมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ รวมทั้งการบริการต่าง ๆ นั้น ต้องสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเนื่องจาก หากรีสอร์ทได้มอบการบริการที่ดีแก่ลูกค้าแล้วนั้น จะทำให้การร้องเรียนต่างๆ จากลูกค้าหมดไป อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดนวัตกรรมบริการของ Berry et al (2006) และ Chesbrough H. (2011) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการศึกษา ที่ระบุว่า ในการสร้างนวัตกรรมบริการนั้น ต้องมีการลงทุนในการปฏิบัติงานของพนักงาน และผลวิจัยที่ได้ยังพบว่า พนักงานต้องมีการแบ่งเวลาส่วน

หนึ่งของงานประจำในการทำนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับที่ Berry et al (2006) และ Chesbrough H. (2011) ที่ระบุว่า องค์กรต้องมีการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ผลงานวิจัยที่ได้ยังสอดคล้องกับแนวคิดมุ่งเน้นการตลาดของ Despande, Farley & Webster (1993) ที่อธิบายว่า การมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1. การมุ่งเน้นลูกค้า โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดนวัตกรรมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ 2. การนำนวัตกรรมมาใช้ก่อนคู่แข่ง 3. การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านนวัตกรรมภายในองค์กร 4. การสร้างคุณค่าเหนือคู่แข่งให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม แนวคิดมุ่งเน้นตลาดของ Despande, Farley & Webster (1993) นั้นสะท้อนถึงการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นสำคัญ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผู้นำหรือผู้บริหารองค์กร ทั้งๆที่การที่พนักงานจะมีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งการนำนวัตกรรมมาใช้ก่อนคู่แข่งและการสร้างคุณค่าให้เหนือคู่แข่งอย่างต่อเนื่องได้นั้น ผู้บริหารมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังที่ผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ ได้อธิบายว่า ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมของพนักงานในองค์กร ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ เห็นความสำคัญของการมีผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง หรือ การมีนวัตกรรมนั่นเอง โดยผู้บริหารต้องกำหนดเป็นนโยบายและให้การสนับสนุนส่งเสริมทั้งด้านงบประมาณและเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ซึ่งแนวคิดมุ่งเน้นตลาดของ Despande, Farley & Webster (1993) ไม่ได้ระบุในประเด็นของผู้บริหารอย่างชัดเจน

อีกทั้ง ผลวิจัยที่ได้ พบว่า ในการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมนั้น ผู้บริหารต้องมีความมุ่งมั่น ตั้งใจที่จะผลักดันให้องค์กรเกิดนวัตกรรมขึ้นจริงๆ เพราะหากผู้บริหารไม่มุ่งมั่นตั้งใจและไม่สนับสนุนงานด้านนวัตกรรมแล้ว จะไม่สามารถเกิดนวัตกรรมขึ้นในองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการบริหารองค์กรของเนตร์พัฒนา ยาวีราช (2553) ที่ระบุว่า ในการบริหารจัดการคุณภาพนวัตกรรมนั้น ผู้บริหารต้องมีความรู้ ความสามารถ และมุ่งมั่นที่จะผลักดันให้องค์กรมีการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมได้อย่างมีคุณภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งผู้บริหารต้องให้การสนับสนุน เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรม รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานได้เข้าอบรมด้านนวัตกรรมอยู่ตลอดเวลา

2) ประโยชน์ด้านผลประโยชน์ทางธุรกิจที่รีสอร์ทได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการนั้น จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า รีสอร์ทที่มีนวัตกรรมบริการ เช่น มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติของพนักงาน ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น หรือ การสร้างแอปพลิเคชันให้ลูกค้าสามารถ Check in ได้ด้วยตัวเอง ช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความประทับใจในบริการของรีสอร์ทเป็นอย่างยิ่ง และจากการวิจัยพบว่า เมื่อลูกค้าพึงพอใจ ประทับใจ ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเกิดการบอกต่อหรือแนะนำลูกค้าใหม่ให้กับรีสอร์ท นอกจากนี้ การที่รีสอร์ทมีนวัตกรรมบริการที่สร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า โดยรณรงค์โครงการรักษาสัตว์แวดล้อมภายในรีสอร์ท โดยการขอความร่วมมือลูกค้าที่มาพักในการไม่ชักผ้าเช็ดตัว หรือผ้าปูที่นอนทุกวันนั้น จากผลวิจัย พบว่า ส่งผลให้ผู้ที่มีใจรักษ์สิ่งแวดล้อม เลือกเข้าพักที่รีสอร์ทที่มี

การรณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้รีสอร์ทมีลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีส่วนแบ่งตลาด ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Deshpande & Farley (2004) และ Teng & Barrows (2009) ที่กล่าวว่า องค์กรที่มีนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านสินค้าหรือ บริการ มีผลดีต่อองค์กร คือ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร โดยช่วยให้สามารถ บริการลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องและมีการบอกต่อ ส่งผลให้องค์กรมีลูกค้าใหม่ ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้นและกำไรเพิ่มขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานด้านนวัตกรรมบริการที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงนั้น จะต้องมีการ กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ รวมทั้งขั้นตอนและกระบวนการในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการอย่าง ชัดเจน แต่นวัตกรรมบริการเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ ผู้บริหารจึงอาจไม่แน่ใจว่า นวัตกรรมบริการหรือ รูปแบบการบริการแบบใหม่ที่วางแผนโครงการไว้นั้น จะได้ผลดีจริงหรือไม่ จนกว่าจะได้รับการ พิสูจน์ นั้นหมายถึง ต้องมีการลงทุนเพื่อคิดค้นนวัตกรรมขึ้นมาให้สำเร็จและมีการนำมาปฏิบัติจริง จากนั้นจึงทำการประเมินผล ถึงจะทราบว่า นวัตกรรมบริการที่คิดค้นมานั้นได้ผลดีหรือคุ้มค่าหรือไม่ แต่ผู้บริหารมักจัดสรรทุนหรืองบประมาณด้านนวัตกรรมอย่างจำกัด การจัดทำงบประมาณเพื่อ สนับสนุนโครงการนวัตกรรมจึงไม่ใช่เรื่องง่าย นอกเสียจากว่า โครงการนวัตกรรมนั้น ได้จัดทำอย่าง มีระบบ มีการกำหนดขั้นตอนและวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นหน้าที่ของผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม จากการวิจัยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ได้ระบุว่า สิ่งที่ต้องปรับปรุงสำหรับการปฏิบัติ ด้านนวัตกรรมบริการของรีสอร์ท คือ ทัศนคติของผู้บริหารรีสอร์ท ดังนั้น เพื่อให้รีสอร์ทสามารถ ปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารควรเห็นความสำคัญและมีความเข้าใจของนวัตกรรมบริการอย่างถูกต้อง เพื่อที่จะได้กำหนดนโยบายนวัตกรรมบริการ และจัดสรรงบประมาณด้านนวัตกรรมบริการได้อย่าง เหมาะสม เพราะโครงการนวัตกรรมบริการบางอย่าง เช่น ระบบสารสนเทศ การปรับปรุงห้องพัก จำเป็นต้องมีการลงทุนในระดับหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารควรพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรีสอร์ท

7.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) พนักงานทุกคนต้องมีความเข้าใจในเรื่องนวัตกรรมบริการ และต้องเห็นความสำคัญ และให้ความร่วมมือปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการอย่างจริงจัง รวมทั้ง มีการแบ่งปันประสบการณ์ใน ด้านต่างๆและข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้า เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาของลูกค้าและสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า จนลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำหรือเกิดการบอกต่อ ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจรีสอร์ทอย่างมั่นคงและยาวนาน

2) ผู้บริหารรีสอร์ทควรจัดโครงการศึกษาดูงานรีสอร์ทที่ได้รับรางวัลนวัตกรรมบริการหรือรีสอร์ทที่มีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมบริการทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับรีสอร์ทของตนได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). *ธุรกิจบริการ : สป่าและนวดไทย*. นนทบุรี : กระทรวงพาณิชย์.
- ฉงจิ่ง หลี่. (2556). “คุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนที่มีผลต่อความความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยวและ ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2553). *Modern Management การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ทริเพิ้ล กรุ๊ป.
- Berry, L. L., Shankar, V., Turner Parish, J., Cadwallader, S., & Dotzel, T. (2006). *Creating New Markets Through Service Innovation*. MIT Sloan Management Review.
- Chesbrough H. (2011). *Open Services Innovation: Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Deshpande, R., & Farley, J. U. (2004). *Organizational Culture, Market Orientation, Innovativeness And Firm Performance*. International Journal of Research in Marketing.
- Deshpande, R., Farley, J. U., & F. E. Webster, J. (1993). *Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness In Japanese Firms: A Quadrad Analysis*. Journal of Marketing.
- Küpper C. (2001). *Service Innovation – A Review of The State of The Art, LMU Report 2001 – 06*, Institute for Innovation Research and Technology Management. Germany : University of Munich.
- Lytle, R., & Timmerman, J. (2006). *Service Orientation And Performance: An Organizational Perspective*. Journal of Services Marketing.
- Teng, C., & Barrows, C. (2009). *Service Orientation: Antecedents, Outcomes, And Implications For Hospitality Research And Practice*. Service Industries Journal.