

โมเดลสมการโครงสร้างรูปแบบนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อ
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต
Structural equation model of service innovation affecting the
competitive advantage of small hotel businesses
in phuket province

ณัฐวุฒิ เหมาะะประมาณ,* ระชานนท์ ทวีผล** และพิทักษ์ ศิริวงศ์**

Nattawut Maopraman, Rachanon Taweepol and Phitak Siri Wong

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*

Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**

Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail¹ : Nattawut.m@pkru.ac.th, Nattawut9988@gmail.com

Date Received : 23 November 2024

Date Revised : 14 May 2025

Date Accepted : 5 June 2025

Date Published online : 27 June 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนา ด้วยเทคนิคของการผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และแบบสอบถาม ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับเทคนิคการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติพรรณนา โดยหาค่าร้อยละ ค่าระดับองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของรูปแบบนวัตกรรมบริการ มีลักษณะและบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการเติบโตของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เป็นสิ่งที่องค์กรจำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถ ความรู้ และทักษะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการและสร้างบริการใหม่ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ Chi-Square = 338.29, P-value = 0.23 Chi-Square /df = 1.05, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.95 และ RMSEA = 0.08

¹ ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (corresponding author)

ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กหรือผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจที่พักรูปแบบอื่น ๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายที่สอดคล้องกับนวัตกรรมบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำองค์ประกอบจากการวิจัยภายใต้แนวคิด “SEAT - US” ไปประยุกต์ใช้ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาให้กลายเป็นรูปแบบนวัตกรรมบริการ เพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก และยังเป็นการยกระดับธุรกิจและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้นจากอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจโรงแรม, โรงแรมขนาดเล็ก

Abstract

This article aims to develop a service innovation model for the competitive advantage of small hotel businesses in Phuket Province. This research is a research and development using the mixed methods research technique. The data collection tools include in-depth interviews with participatory observation and questionnaires. The policy research methodology is used with focus group research techniques. The statistics used for data analysis include descriptive statistics by finding percentages, service innovation component levels, means, medians, and standard deviations. The research results found that the components of the service innovation model have important characteristics and roles in the development and growth of small hotel businesses. It is something that organizations need to urgently develop their capabilities, knowledge, and skills to use as tools in managing and creating new services that effectively meet the needs of the target market. Chi-Square = 338.29, P-value = 0.23 Chi-Square/df = 1.05, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.95, and RMSEA = 0.08, which passed all specified criteria. Entrepreneurs in the small hotel business group or those interested in other types of accommodation businesses need to realize the importance of setting strategies and policies that are consistent with service innovation in order to effectively respond to the needs of service recipients. They can apply the research elements under the concept of “SEAT-US” by improving and developing it into a service innovation model to develop small hotel businesses and also to elevate the business and increase opportunities to generate more income from the service and tourism industries.

Keywords: Service Innovation, Competitive Advantage, Hotel Business, Small Hotels

บทนำ

สถานการณ์โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาคที่ส่งผลกระทบร้ายแรงไม่ว่าจะเป็นด้านของเสถียรภาพทางการเมือง ความผันผวนของเศรษฐกิจ การขาดแคลนพลังงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสภาวะการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ รวมถึงผลกระทบทางลบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ (พิพัฒพงศ์ วงษ์ชาลี, 2565) ขณะเดียวกันประเทศไทยได้นำเอาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาใช้ในการพัฒนาประเทศ เริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) จนถึงฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ในภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวขณะที่ทิศทางการท่องเที่ยวถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) เป็นครั้งแรก ตลอดจนภาคบริการและการท่องเที่ยวได้พัฒนาบทเรียนที่สำคัญที่สุดในการสร้างรายได้มูลค่ามหาศาลเข้าสู่ประเทศอย่างต่อเนื่อง (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2565) เนื่องด้วยอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยภาครัฐได้กำหนดเป้าหมายหลักในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม อีกทั้งยังมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพและบริการที่มีศักยภาพ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 (สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2565) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 เพื่อการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง รวมทั้งยังเป็นการผลักดันให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีคุณค่าความสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตจะมุ่งเน้นไปที่การยกระดับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็ง พลิกวิกฤตที่เผชิญและสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาแบบองค์รวม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางเป็นส่วนสำคัญต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ตามความหมายในพระราชบัญญัติธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตรา 4 ธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจที่พิกหมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน นอกจากนี้ โรงแรมประเภท 1 ยังให้บริการเฉพาะห้องพัก ตามกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 (พระราชบัญญัติโรงแรม, 2547) ในขณะที่โรงแรมขนาดเล็ก (Small Hotel) ยังเป็นการระบุถึงขนาดของธุรกิจ พิจารณาจากเกณฑ์การกำหนดขนาดของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมอธิบายว่า ขนาดธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง บุคลากรผู้ให้บริการไม่เกิน 50 คน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (วัฒนา ทนงค์แพ่ง และชวลี ญ กลาง, 2560) รวมทั้งการได้สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการที่เข้าพักโรงแรมโรงแรมขนาดเล็ก (Wongprateep, 2021)

เนื่องจากมีสไตล์การตกแต่งที่ไม่เหมือนกับโรงแรมขนาดใหญ่ ทำให้ผู้รับบริการที่เป็นคนรุ่นใหม่นิยมการพักผ่อนกับโรงแรมขนาดเล็กมากขึ้น (ณัฐพร วงศ์ประทีป และวรวิธดา บุญญาณเมธพร, 2566)

เนื่องด้วยสถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม รวมถึงต้นทุนการท่องเที่ยวที่ต่ำลงจึงเป็นที่สนใจของผู้รับบริการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการปรับตัวเพื่อการก้าวสู่โรงแรมที่มีมาตรฐาน ในยุคที่ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจ และเป็นเครื่องมือในการสร้างให้มีคุณภาพและสามารถปรับตัว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดจนการตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับบริการ (Freund et al., 2019) อีกทั้งจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม โดยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีการออกแบบให้เรียบง่าย ภายใต้การบริการต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก รวมทั้งการใช้ข้อมูลวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการฤดูกาลของการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสมไม่สูงจนเกินไป เลือกทำเลที่ตั้งที่ผู้รับบริการเข้าถึงได้ง่าย โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวางแผนการทำตลาดเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Biriukova, 2021)

จากสถานะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่พิจารณาจากโอกาสที่เปิดกว้างมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นตามไปด้วย ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ต้องนำกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันมาใช้ในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กอย่างเหมาะสม และมีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งการนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น คู่แข่งรายเดิม อำนาจต่อรองของผู้ขาย อำนาจต่อรองของผู้รับบริการ ภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่ ภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Lianos & Smichowski, 2021) ในยุคที่ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ มีความเป็นไปได้ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการนำแนวคิดนวัตกรรมบริการมาปรับใช้ เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบและการสร้างสินค้าและบริการที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ (สุธาวลัย สัจสมบุญ และภูษณิศ เตชเถกิง, 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กที่มีการแข่งขันสูง พร้อมทั้งจำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้รับบริการมีทางเลือกที่เพิ่มมากขึ้น ความได้เปรียบในการแข่งขันจึงถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดว่าองค์กรสามารถแข่งขันในตลาดธุรกิจได้หรือไม่ (วรายุ ศิริพันธ์ และระบิล พันภัย, 2563) หากองค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่แตกต่างจากคู่แข่ง และยากต่อการลอกเลียนแบบอาจทำให้สามารถสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรได้ แต่ในทางกลับกันหากองค์กรไม่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันย่อมเป็นข้อจำกัดที่จะดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันได้ (Saeidi et al., 2019) อีกทั้งผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กควรกำหนดแนวทางของรูปแบบนวัตกรรมบริการเข้ามาใช้เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยการให้แนวทางการบริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ (เยาวภรณ์ เลิศกุลทนนท์, 2565) อีกทั้งยังช่วยให้สามารถวางแผนการให้บริการได้อย่างเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับบริการนั้น ๆ ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย อย่างไรก็ดี

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยหรือการศึกษารูปแบบนวัตกรรมบริการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กค่อนข้างมีจำกัด อีกทั้งโรงแรมขนาดเล็ก

หลายแห่งเริ่มสร้างความแตกต่างให้กับโรงแรมของตนด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ เนื่องจากผู้รับบริการต่างมองหาประสบการณ์การเข้าพักในโรงแรมมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้จึงกลายเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการทำธุรกิจในอนาคต ขณะเดียวกันการนำนวัตกรรมการบริการมาใช้ในธุรกิจโรงแรมอยู่ตลอดเวลา แต่ก็ยังคงพบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลรวบรวมอย่างเป็นรูปแบบและเป็นระบบเฉพาะสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก จึงเป็นเรื่องสำคัญและเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการวิจัยพัฒนารูปแบบนวัตกรรมการบริการ เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้ของนวัตกรรมการบริการที่เชื่อมโยงกับงานบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ดังนั้น จึงเป็นที่มาของผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ในฐานะเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจ สามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับการจัดการ เกิดการยกระดับนวัตกรรมบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเพื่อความยั่งยืน และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการศึกษาถึงกระบวนการให้บริการด้านที่พักรูปแบบใหม่ ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ ทั้งในด้านทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมการบริการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กได้อย่างดี นอกจากนั้นการสร้างความได้เปรียบทางการให้กับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อพัฒนาธุรกิจที่พักให้มีศักยภาพ ความพร้อมในการรองรับผู้รับบริการและมีจุดขาย เพิ่มโอกาสในการจ้างแรงงาน สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมการบริการอย่างมีระบบและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายด้านการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการด้วยรูปแบบของการบริการที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าในการบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตได้

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อพัฒนารูปแบบนวัตกรรมการบริการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานการผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดภูเก็ต โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 บริบทของนวัตกรรมการบริการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการประยุกต์การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) (Strauss & Corbin, 1990) รวบรวมจากการวิเคราะห์เอกสาร เพื่อสร้างเป็นแนวคำถามการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) สำหรับการจัดเก็บข้อมูลเพื่อพิจารณากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยให้ความสำคัญกับผู้ที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญตามบริบทของนวัตกรรมการบริการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความเที่ยงตรง (Patton, 1987) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) มีแผนการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Selective Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญใน

สายงาน เนื่องจากมีความเข้าใจและตีความหมายได้เป็นอย่างดี กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมท้องถิ่น หรือโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดภูเก็ต ที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม ประเภทที่ 1 ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ทั้งสิ้นจำนวน 17 คน กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการต้องมีการจดทะเบียนและได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม ประเภทที่ 1 ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2) ผู้ประกอบการต้องเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย สมาคมโรงแรมภูเก็ต สมาคมโรงแรมหาดป่าตอง หรือสมาคมที่พักบูติกภูเก็ต (3) ผู้ประกอบการต้องได้รับจัดอันดับที่พักที่ได้รับความนิยมผ่านตัวกลางจองห้องพักออนไลน์ หรือ Online Travel Agents (OTAs) จากจำนวนผู้ใช้บริการในการแสดงความพึงพอใจที่มีคะแนนเฉลี่ยจากผู้เข้าพัก รวมถึงความเชี่ยวชาญของผู้เดินทางที่แสดงความคิดเห็น หรือโรงแรมยอดนิยม (Travelers' Choice) จากนั้นใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นแนวทางที่ผู้วิจัยใช้เพื่อสร้างทฤษฎีที่ได้รับการตรวจสอบวิเคราะห์ และเป็นข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่สรุปความหมาย ความสำคัญ และบริบทของนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยทฤษฎีสามเส้า (Triangulation Theory)

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เป็นการจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในองค์ประกอบเดียวกัน โดยใช้ข้อมูลจากการประยุกต์ทฤษฎีฐานราก เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายเปิด พร้อมกับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli & Hambleton, 1976) โดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) และการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของข้อคำถาม (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่า 0.98 และนำร่างแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ได้กำหนดประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่ชาวไทยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ สุ่มโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้แบบแผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Selective Sampling) กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากเงื่อนไข เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการวิจัย จากแนวคิดของ Hair et al. (2010) เสนอให้พิจารณาจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการนำไปวิเคราะห์ควบคู่ไปกับการพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่าง หากค่าพารามิเตอร์ที่ใช้วัดมีจำนวนมากจำเป็นต้องใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากตามด้วยเช่นกัน ซึ่งจำนวน

ตัวแทนที่เหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนั้นต้องมีอัตราส่วนอย่างน้อยจำนวน 10 ต่อ 1 พารามิเตอร์ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 96 ข้อคำถามเมื่อนำไปคูณ 10 เท่า เท่ากับ 960 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อโดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย ร่วมกันอภิปรายตอบโต้กันในการสนทนากลุ่ม การแสดงความคิดเห็นถึงความเป็นไปได้ (Majchrzak, 1984) และการนำไปปฏิบัติใช้จริงเพื่อพัฒนารูปแบบ นวัตกรรมบริการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 บริบทของนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ด้วยการประยุกต์ ทฤษฎีฐานราก พบว่า

1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยสมรรถนะ (Employee Development through Competency) เป็นการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ได้อย่างเหมาะสม การพัฒนานี้ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะ (Attribute) อาทิ การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องและการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดเวลา การฝึกอบรมอาจเป็น รูปแบบของการสัมมนาหรือการอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ การจัดการความรู้ ทักษะ และ การใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถและ พัฒนาการให้บริการ โดยธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กได้กำหนดสมรรถนะที่จำเป็นในแต่ละตำแหน่งงานและ ประเมินความต้องการของผู้รับบริการอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถปรับปรุงการบริการ

2. การยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Acceptance of Innovation or Technology) เป็นการนำปัจจัยที่ สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถทางการในการแข่งขันทางการตลาดด้วย พิจารณาครอบคลุมถึงการรับรู้ ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน ทศนคติต่อการใช้ ความตั้งใจในการใช้ และการใช้งานจริง นอกจากนี้ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและ พัฒนารูปแบบใหม่ โดยไม่เพียงปรับปรุงการให้บริการแต่ยังสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและจดจำได้ให้กับ ผู้รับบริการ อีกทั้งการเข้าใจและยอมรับเทคโนโลยีจากผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยให้โรงแรมก้าวทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างแม่นยำและการสร้างบริการ ใหม่ นอกจากนี้ยังช่วยในการเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและพัฒนากลยุทธ์ให้ธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กสามารถเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

3. คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นการประเมินโอกาสในการรักษาผู้รับบริการรายเก่า เนื่องจากโรงแรมขนาดเล็กมีทรัพยากรจำกัด คุณภาพบริการจึงเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้าง การต้อนรับที่อบอุ่น บริการส่วนตัว และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างรวดเร็วช่วยสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพบริการต้องคำนึงถึงลักษณะทางกายภาพของบริการ ความน่าเชื่อถือหรือ ไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ผู้รับบริการ การใช้ข้อเสนอแนะ

จากผู้รับบริการช่วยปรับปรุงมาตรฐานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการฟังและตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลสร้างความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านและเพิ่มความภักดีของผู้รับบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและรักษาความนิยมได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

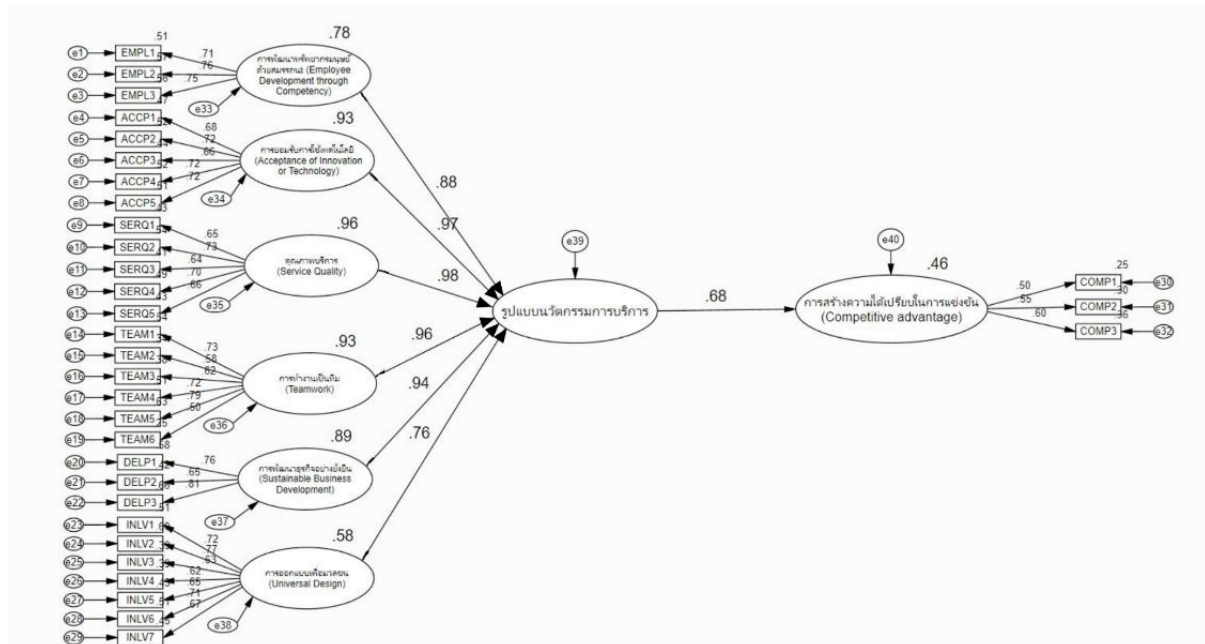
4. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นเทคนิคการแบ่งปันความคิดเห็น ทักษะ และความรับผิดชอบร่วมกัน มีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน ทุกคนต่างตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตน และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการประชุมทีมอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นการทำงาน และเสริมสร้างความผูกพันในทีม การมีภาวะผู้นำที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพยังช่วยสร้างความภักดีต่อองค์กร ผู้ให้บริการที่รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีมจะช่วยส่งเสริมให้การบริการประสบความสำเร็จ

5. การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development) เป็นทิศทางการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและการลดค่าใช้จ่ายผ่านการใช้นวัตกรรมบริการผสมผสานกับการจัดการทรัพยากร เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและแตกต่างจากคู่แข่ง ขณะเดียวกันยังคงมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนท้องถิ่นผ่านการจ้างงานในท้องถิ่นและการสนับสนุนสินค้าและบริการของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการมีส่วนร่วมกับชุมชนช่วยเพิ่มความมั่นคงของธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนการค้นหาแนวทางการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการจ้างงานทดแทนและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมีส่วนช่วยสร้างทัศนียภาพที่ดึงดูดใจสำหรับผู้รับบริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

6. การออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เข้าถึงและใช้งานได้สำหรับทุกคน ไม่คำนึงถึงความสามารถหรือความต้องการพิเศษ การออกแบบที่คำนึงถึงความเท่าเทียมช่วยให้โรงแรมสามารถให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แบ่งแยกกลุ่มผู้รับบริการ ความยืดหยุ่นในการใช้งานที่ง่ายและไม่ซับซ้อน พร้อมทั้งลดโอกาสในการเกิดข้อผิดพลาดในการใช้งาน และเพิ่มความมั่นใจในการใช้บริการภายในโรงแรม

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นการจัดกลุ่มข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในองค์ประกอบเดียวกัน (Brown, 2015) ร่วมกับการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (System Equation Model : SEM) ของโมเดลแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 6 ตัวแปรแฝง (Latent Variables) ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยสมรรถนะ (Employee Development through Competency) ด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Acceptance of Innovation or Technology) ด้านคุณภาพบริการ (Service Quality) ด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ด้านการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development) และด้านการออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) ขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) คือ ด้านการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อทำการ

ตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างและทำการปรับโมเดลให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้ค่าสถิติเป็นที่ยอมรับโดยวิธีเชื่อมต่อตัวแปร (Modification Indices) ทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักตัวแปร เพื่อทำการตรวจสอบความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ แสดงในแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบนวัตกรรมบริการ
ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

จากข้อมูลพบว่า ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 338.29 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ P-value = 0.23 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square / df) = 1.05 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.97 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.95 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.08 ซึ่งผ่านเกณฑ์ค่าซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นไปตามเกณฑ์การโมเดลในการวัดมีความเที่ยงตรง (Validity) ระดับการยอมรับทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลทดสอบเส้นอิทธิพลได้ดังตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

	ตัวแปร	factor loading	Path	P-value	Sig.
รูปแบบนวัตกรรมบริการ	→ การสร้างความได้เปรียบแข่งขัน	0.68	-	11.377	0.00*
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย สมรรถนะ	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.88	0.60	-	0.00*
ด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.97	0.66	17.153	0.00*
ด้านคุณภาพบริการ	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.98	0.67	15.880	0.00*
ด้านการทำงานเป็นทีม	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.96	0.65	16.616	0.00*
ด้านการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.94	0.64	16.679	0.00*
ด้านออกแบบเพื่อมวลชน	→ รูปแบบนวัตกรรมบริการ	0.76	0.52	14.677	0.00*

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ด้านการพัฒนาบุคลากรด้วยสมรรถนะด้านการยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ด้านการยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ด้านคุณภาพบริการส่งผลต่อรูปแบบนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน และด้านการออกแบบเพื่อมวลชน ส่งผลต่อรูปแบบนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต ขณะที่รูปแบบนวัตกรรมบริการส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

ขั้นตอนที่ 3 ด้วยการวิจัยเชิงนโยบาย เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย ร่วมกันอภิปรายตอบโต้กันในการสนทนากลุ่ม การแสดงความคิดเห็นถึงความเป็นไปได้และการนำไปปฏิบัติใช้จริงเพื่อพัฒนารูปแบบนวัตกรรมบริการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต พบว่า

นโยบายที่ 1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยสมรรถนะ (Employee Development through Competency) ประกอบด้วย ด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะ (Attribute) มุ่งเน้นให้ผู้ให้บริการมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสินค้าและบริการภายในโรงแรม เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในศิลปะการต้อนรับและการบริการ รวมถึงความเข้าใจในการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างมืออาชีพ นอกจากนี้ยังเน้นพัฒนาทักษะการสื่อสารให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อป้องกันความสับสน และเสริมสร้างความเชี่ยวชาญในตำแหน่งงาน รวมถึงทักษะการตัดสินใจที่แม่นยำเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ผู้ให้บริการยังต้องมีคุณลักษณะและบุคลิกภาพที่สุภาพอ่อนโยน สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองจากปัจจัยต่าง ๆ ภายในโรงแรมได้อย่างเหมาะสม

นโยบายที่ 2 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Acceptance of Innovation or Technology) ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) ด้านความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) และด้านการใช้งานจริง (Actual System Use) มุ่งเน้นให้ผู้ให้บริการมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนการบริการ และเพิ่มความแม่นยำในการปฏิบัติงาน ผู้ให้บริการสามารถ

เรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีได้ด้วยตนเอง และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ต้องเหมาะสมกับผู้ใช้งานทุกกลุ่มอายุ นอกจากนี้ เทคโนโลยียังถูกผสมผสานในขั้นตอนการให้บริการและช่วยในการตัดสินใจร่วมกับผู้ให้บริการ พร้อมทั้งสนับสนุนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อขยายฐานผู้รับบริการ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้รับบริการในการชำระเงิน สำรองห้องพัก และการรีวิวบริการ

นโยบายที่ 3 คุณภาพบริการ (Service Quality) ประกอบด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) มุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ พร้อมทั้งรักษาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา พนักงานต้องมีการแต่งกายเรียบร้อยด้วยเครื่องแบบสะอาด และส่งมอบบริการที่สม่ำเสมอและเท่าเทียม ขณะเดียวกันผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ถูกต้อง รวมถึงชี้แจงข้อจำกัดต่าง ๆ ให้กับผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาและข้อร้องเรียน นอกจากนี้ โรงแรมควรมีการกระจายอัตราค่าจ้างพนักงานอย่างทั่วถึง เพื่อให้บริการอย่างเต็มที่ พร้อมจัดเตรียมมาตรการชดเชยเมื่อเกิดข้อร้องเรียนและรักษามาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวด อีกทั้งผู้ให้บริการยังต้องแสดงความเป็นมิตรและใส่ใจต่อผู้รับบริการทุกคน โดยการจดจำชื่อและรายละเอียดส่วนตัวเพื่อสร้างความรู้สึกพิเศษและความเป็นส่วนตัวในการบริการ

นโยบายที่ 4 การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ประกอบด้วย ด้านมีเป้าหมายร่วมกัน (Common Goal) ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) ด้านการรับรู้บทบาทหน้าที่ (Role and Duty) ด้านการสื่อสาร (Communication) ด้านบรรยากาศในการทำงาน (Working Atmosphere) และด้านภาวะผู้นำ (Leadership) มุ่งเน้นการสร้างทีมงานที่มีเป้าหมายร่วมกันในการดูแลผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการทุกคนต้องมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน เพื่อเสริมสร้างพลังขับเคลื่อนและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานร่วมกัน การแบ่งเบาภาระงานควรทำอย่างเต็มที่โดยไม่ยึดติดกับตำแหน่ง พร้อมทั้งจัดสรรหน้าที่อย่างเป็นธรรม และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ นอกจากนี้ การสื่อสารควรชัดเจนและปราศจากความคลุมเครือเพื่อให้การประสานงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง บรรยากาศการทำงานที่เต็มไปด้วยทัศนคติเชิงบวกและปราศจากความกดดันช่วยให้พนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงาน หัวหน้างานต้องกำหนดทิศทางการบริการที่ชัดเจน และสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการให้คำแนะนำและการปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ

นโยบายที่ 5 การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development) ประกอบด้วย ด้านทางเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) มุ่งเน้นการสร้างกำไรและรายได้ในระยะยาวโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม คำนึงถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ควรลงทุนในกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับผู้รับบริการ โรงแรมจำเป็นต้องส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เพื่อรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนและพัฒนาท้องถิ่นผ่านการจ้างงานและฝึกอบรม

รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการลดการใช้พลาสติก ทั้งนี้เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืนทั้งในด้านการบริการและการใช้ชีวิตประจำวัน

นโยบายที่ 6 การออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) ประกอบด้วย ด้านการใช้งานได้กับทุกคน (Equitable Use) ด้านความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Flexibility in Use) ด้านความไม่ซับซ้อนใช้งานง่าย (Simple and Intuitive Use) ด้านข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย (Perceptible Information) ด้านลดความผิดพลาด (Tolerance for Error) และด้านการใช้แรงน้อย (Low Physical Effort) มุ่งเน้นการออกแบบพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัยสำหรับทุกคน รวมถึงผู้ที่มีความต้องการพิเศษในการใช้รถเข็น รถล้อเลื่อน หรือไม้เท้า โดยการติดตั้งประตูบานเลื่อนแบบเซ็นเซอร์ ทางลาดสำหรับรถเข็น และห้องน้ำที่มีอุปกรณ์ช่วยเหลือพื้นที่ต่าง ๆ ภายในโรงแรมควรมีขนาดกว้างพอสำหรับการใช้งานของผู้ใช้รถเข็นและเคลื่อนไหวที่สะดวก นอกจากนี้ ควรมีการปรับสิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้เข้าพัก และออกแบบพื้นที่ส่วนกลางให้สามารถใช้งานร่วมกันได้อย่างเป็นสัดส่วนชัดเจน อีกทั้งการติดตั้งระบบเตือนภัยขั้นสูงและอุปกรณ์ที่ช่วยลดการใช้แรงงานยังเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการทุกคน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยสมรรถนะ (Employee Development through Competency) เริ่มจากการให้พนักงานมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการบริการของโรงแรม เพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญด้านการบริการและศิลปะการต้อนรับ รวมถึงการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการอย่างมืออาชีพ ขณะเดียวกันจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อป้องกันการสื่อสารที่ผิดพลาด พร้อมส่งเสริมสร้างทักษะเฉพาะทางและทักษะการตัดสินใจที่ถูกต้องในการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น พนักงานจำเป็นต้องมีคุณลักษณะด้านความสุภาพอ่อนโยน และสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ในทุกสถานการณ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alosani et al. (2021) พบว่า บทบาทของความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์ในการเสริมสร้างนวัตกรรมบริการเกี่ยวข้องกับ การเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรธุรกิจ บริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ตรงตามสมรรถนะที่องค์กรต้องการ ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะช่วยสร้างนวัตกรรมบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นวัตกรรมบริการมักสะท้อนถึงการปรับปรุงและการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ หากองค์กรมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้น การค้นหาแนวทางใหม่และการปรับปรุงการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ และรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด

2. การยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Acceptance of Innovation or Technology) เริ่มจากการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการโดยเน้นไปที่การปรับปรุงการบริการให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มความแม่นยำในการปฏิบัติงาน พนักงานสามารถศึกษาเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีได้ด้วยตนเอง โดยเทคโนโลยีที่เลือกใช้นั้นต้องเหมาะสมกับพนักงานทุกกลุ่มอายุ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีถูกผสมผสานในขั้นตอนการให้บริการ เพื่อช่วยในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานร่วมกับพนักงาน นอกจากนี้ เทคโนโลยียังสนับสนุนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อขยายฐานผู้รับบริการ อีกทั้งยังมีการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล เช่น การชำระเงิน การสำรองห้องพัก และการรีวิวบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurlina and Putra (2022) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้รับบริการ โดยนวัตกรรมการบริการมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพและความสะดวกในการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้นวัตกรรมเพื่อให้การเข้าถึงและทำธุรกรรมอย่างสะดวก ซึ่งเป็นธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ อีกทั้งยังมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางผู้ให้บริการ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งานและตัดสินใจซื้อของผู้รับบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Blichfeldt and Faullant (2021) พบว่า การยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี โดยเฉพาะการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการพัฒนานวัตกรรมบริการ องค์ประกอบเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ นวัตกรรมบริการที่ได้รับการยอมรับจากพนักงานและผู้รับบริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ทำให้การดำเนินงานมีความราบรื่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว การมีทัศนคติที่ดีและความเข้าใจในเทคโนโลยียังช่วยสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจในการใช้บริการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

3. คุณภาพบริการ (Service Quality) เริ่มจากการสร้างสภาพแวดล้อมที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับโรงแรม มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา พนักงานต้องแต่งกายเรียบร้อยด้วยเครื่องแบบที่สะอาด ส่งมอบบริการด้วยความสม่ำเสมอและเท่าเทียม ขณะเดียวกันพนักงานต้องมีความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชี้แจงข้อจำกัดให้กับผู้รับบริการล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาและข้อร้องเรียนหรือการกระจายพนักงานให้เพียงพอต่อการดูแลผู้รับบริการอย่างทั่วถึงก็ยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการควบคู่กับการจัดเตรียมมาตรการชดเชยเมื่อเกิดข้อร้องเรียน พร้อมทั้งรักษามาตรฐานความปลอดภัยอย่างเข้มงวด พนักงานควรแสดงความเป็นมิตรและใส่ใจต่อผู้รับบริการ โดยการจดจำชื่อและรายละเอียดส่วนตัวของผู้รับบริการเพื่อสร้างความรู้สึกระประทับใจพิเศษ และความเป็นส่วนตัวในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมณภิกา ราร่องคำ (2566) พบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างนวัตกรรมบริการ มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมของพนักงานที่เอาใจใส่ และการใช้เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงาน การบริการที่ดีต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนและสร้างความพึงพอใจ การปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้เกิดรูปแบบใหม่ จำเป็นต้องมีทีมงานที่มีจิตวิญญาณในการบริการ พร้อมกับการใช้

เทคโนโลยีที่เหมาะสมทันสมัยในยุคปัจจุบันเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและน่าประทับใจแก่ผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mutinda (2020) พบว่า คุณภาพบริการ ทั้งในด้านของความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรม การมีคุณภาพบริการที่ดียังสามารถสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มความรู้สึกพึงพอใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นถึงการปรับปรุงคุณภาพในมิติที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความจงรักภักดีของผู้รับบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำ และช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

4. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เริ่มจากการสร้างทีมงานที่มีเป้าหมายร่วมกันในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินงานในธุรกิจโรงแรม โดยผู้ให้บริการทุกคนควรมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความสามัคคีและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานร่วมกัน การแบ่งเบาภาระงานควรเป็นไปด้วยความเต็มใจโดยไม่คำนึงถึงตำแหน่งหน้าที่ พร้อมทั้งมีการจัดสรรความรับผิดชอบอย่างยุติธรรม เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การสื่อสารภายในทีมควรชัดเจนและปราศจากความคลุมเครือ เพื่อให้การประสานงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ บรรยากาศการทำงานที่เต็มไปด้วยพลังบวกและปลอดจากความกดดัน ช่วยให้มีความสุขในการปฏิบัติงาน หัวหน้างานให้คำแนะนำอย่างชัดเจน สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทีม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Doe and Smith (2022) พบว่า การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปรับปรุงคุณภาพบริการในโรงแรม ความร่วมมือในทีมช่วยให้พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการทำงานเป็นทีมยังช่วยลดความเครียดของผู้ให้บริการ เนื่องจากการแบ่งปันงานและความรับผิดชอบ ทำให้พนักงานมีความกดดันน้อยลงสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การทำงานร่วมกันยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมบริการ ช่วยให้พนักงานสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

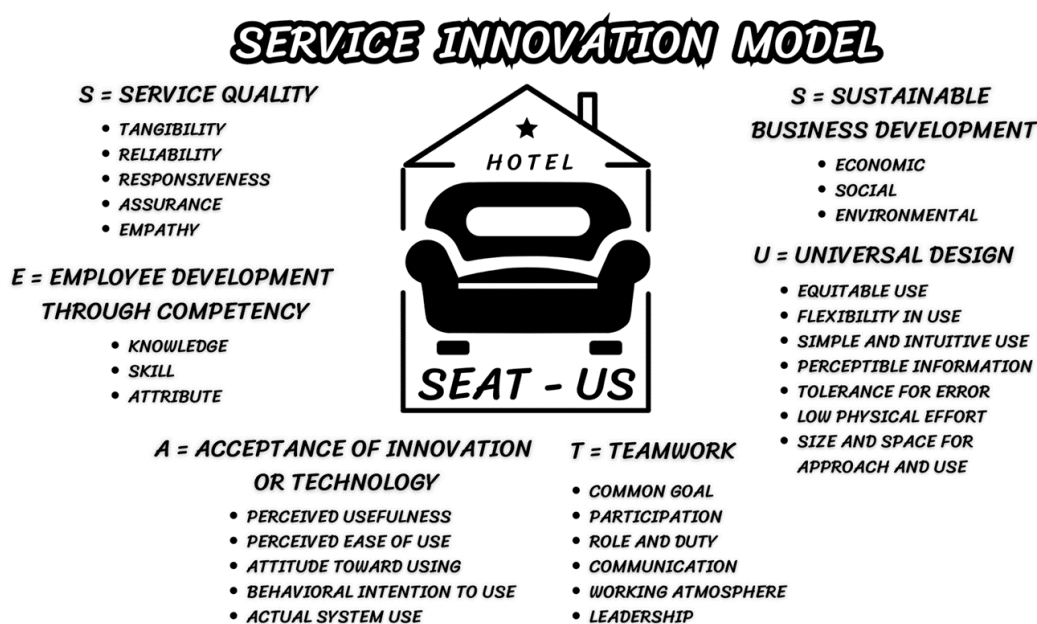
5. การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Development) เริ่มจากเป้าหมายในการสร้างรายได้ระยะยาวสำหรับธุรกิจโรงแรม จำเป็นจะต้องใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายกับธุรกิจท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ช่วยสร้างคุณค่าที่แตกต่าง การลงทุนในกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งยังเป็นวิธีที่ช่วยสร้างรายได้ระยะยาว โรงแรมควรส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการจ้างงานและฝึกอบรมคนในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาชุมชน ขณะเดียวกันเข้าร่วมกิจกรรมที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรณรงค์การใช้พลาสติก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านการบริการและวิถีชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheng et al. (2021) พบว่า โรงแรมนำแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้มากขึ้น ทั้งการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การนำแนวทางเหล่านี้มาใช้

ไม่เพียงแต่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว แต่ยังเพิ่มความยั่งยืนให้กับโรงแรมและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ แสดงให้เห็นว่าการใช้แนวทางที่ยั่งยืนเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความภักดีของผู้รับบริการ พร้อมทั้งการกลับมาใช้บริการใหม่ และเพิ่มโอกาสในการทำกำไรในระยะยาว

6. การออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) เริ่มจากการออกแบบพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัยสำหรับทุกคน เป็นสิ่งจำเป็นในโรงแรมยุคใหม่โดยเฉพาะผู้ที่มีความต้องการพิเศษ เช่น ผู้ใช้รถเข็น รถล้อเลื่อน หรือไม้เท้า การติดตั้งประตูบานเลื่อนแบบเซ็นเซอร์ ทางลาดสำหรับรถเข็น และห้องน้ำที่มีอุปกรณ์ช่วยเหลือ ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสะดวกและปลอดภัยมากขึ้นในส่วนของผู้ที่ต่าง ๆ ภายในโรงแรมจำเป็นต้องมีขนาดกว้างเพียงพอเพื่อรองรับการเคลื่อนไหว และการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ นอกจากนี้ การติดตั้งระบบเตือนภัยและอุปกรณ์ลดแรงงานยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ พร้อมสร้างความปลอดภัยที่ดีขึ้นสำหรับทุกคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pratt (2022) พบว่า ความสำคัญของการนำหลักการออกแบบเพื่อมวลชนถูกนำมาใช้ในธุรกิจโรงแรม เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงได้สำหรับทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ทางเดินที่กว้าง บันไดลาดสำหรับรถเข็น และการใช้เทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายในโรงแรม สามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมเข้าถึงตลาดได้กว้างขึ้น ขณะเดียวกันการออกแบบเพื่อมวลชนยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ เนื่องจากตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่หลากหลายได้ดี และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยและสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐวุฒิ เหมาะประมาณ, ระชนนัท ทวีผล และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2567) พบว่า นวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ และเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจ สามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับการบริหารจัดการ เกิดการยกระดับนวัตกรรมบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมเพื่อความยั่งยืน และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เพื่อต่อยอดเป็นนโยบายนำไปสู่ข้อสรุปเชิงทฤษฎีแผนภาพความคิดที่มีชื่อว่า “SEAT - US”



ภาพที่ 2 องค์ประกอบ “SERVICE INNOVATION MODEL”

นวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ และเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจ สามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับการจัดการ เป็นการยกระดับนวัตกรรมบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมเพื่อความยั่งยืน และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เพื่อต่อยอดเป็นนโยบายการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมบริการเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก หรือผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจที่พิกประเภทอื่น ๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายที่สอดคล้องกับนวัตกรรมบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำองค์ประกอบจากการวิจัยภายใต้แนวคิด “SEAT - US” ไปประยุกต์ใช้ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาให้กลายเป็นรูปแบบนวัตกรรมบริการ เพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก และยังเป็นยกระดับธุรกิจเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้นจากอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

1.2 ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการควรใช้ผลการวิเคราะห์ทั้ง 6 องค์ประกอบ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานภายในองค์กรไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีจากอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การนำระบบเซนเซอร์มาใช้ในโรงแรม หรือการใช้เทคโนโลยีเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยประหยัดพลังงาน นอกจากจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานแล้วยังสามารถสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจได้อีกด้วย หรือแม้กระทั่ง

การเลือกใช้สินค้าและบริการที่ปราศจากสารเคมียังเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ทั้งในแง่ของการบริการที่ใส่ใจสุขภาพและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1.3 ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำรูปแบบนวัตกรรมบริการมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กนำไปพัฒนาให้กลายเป็นนโยบายสำหรับการสร้างจุดเด่นที่ชัดเจนด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปได้ การพัฒนานี้จะเกิดขึ้นได้จากการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการกำหนดมาตรฐานที่พักที่มีคุณภาพ การพัฒนาระบบการให้บริการที่มีมาตรฐาน และการสร้างกิจกรรมที่เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อสร้างความยั่งยืนและความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจนำไปใช้

2.1 รูปแบบนวัตกรรมบริการนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่โรงแรม เช่น เกสต์เฮาส์ หรือที่โรงแรมบูติก เพื่อการยกระดับมาตรฐานของธุรกิจเหล่านี้ให้มีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มความโดดเด่นสนามแข่งขัน และส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตมีความเข้มแข็ง

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก หรือผู้สนใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พัก ควรตระหนักถึงความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายที่เหมาะสมในกลุ่มธุรกิจนี้ โดยเฉพาะการนำเอานวัตกรรมบริการมาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยการประยุกต์ใช้หลักการของเกนต์และตัวชี้วัดต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสามารถปรับรูปแบบบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ขณะเดียวกันการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการวางแผนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้รับบริการ เช่น อายุ ความสนใจ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อนำมาปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริการ

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณทุนสนับสนุนการค้นคว้าวิจัย จากมูลนิธิพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อใช้ในการค้นคว้าวิจัย ประจำปี 2566

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ณัฐพร วงศ์ประทับ และวรรัชดา บุญญานเมธพร. (2566). กลยุทธ์การปรับตัวด้านคุณภาพการบริการของ โรงแรมขนาดเล็กบูทีค ล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงการระบาดใหญ่ของ COVID-19. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(51), 48-65.
- ณัฐภูมิ เหมาะประมาณ, ระชานนท์ ทวีผล และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2567). กลยุทธ์การพัฒนารูปแบบนวัตกรรม การบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 7(1), 380-400.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 17)*. เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.
- พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547. (12 พฤศจิกายน 2547). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 121 ตอนพิเศษ 70ก. หน้า 1-20.
- พิพัฒพงศ์ วงษ์ชาลี. (2565). การเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่: สื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, 4(3), 275-282.
- เยาวภรณ์ เลิศกุลทาทน. (2565). *การพัฒนาการบริหารนวัตกรรมการบริการให้แก่ลูกค้าของ ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรายุ ศิริรินทร์ และระบิล พันภัย. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการ แข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหาร ในกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารชุมชนวิจัย*, 14(1), 242-252.
- วัฒนา ทนงค์แพง และชวลีย์ ณ ถกลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่ จังหวัดตราด. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(3), 1-17.
- สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566—2570)*.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2565). *รายงานผลการดำเนินงานของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ปีที่ 3 (25 ก.ค.64 - 25 ก.ค.65)*. สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี และ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์ และภูษณิศ เทชถกิจ. (2559). กลยุทธ์การสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมยก ดอก OTOP 5 ดาว ของผู้ประกอบการในจังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพ*, 10(3), 41-54.

- อัมณิกา ราร่องคำ. (2566). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(2), 595-604.
- Alosani, M. S., Al-Dhaafri, H. S., & Awadh, A. A. (2021). Investigating the role of HRM practices on service innovation: empirical evidence from UAE government agencies. *Management Research Review*, 44(1), 1-24.
- Biriukova, Y. (2021). Formation of an information technology platform to support and develop the hotel business. *Management*, 33(1), 123-131.
- Blichfeldt, H., & Faullant, R. (2021). Performance effects of digital technology adoption and product & service innovation—A process-industry perspective. *Technovation*, 105(1), 1-14.
- Cheng, B. L., Mansori, S., Cham, T. H., Dent, M. M., & Yusman, Y. (2021). Building sustainable relationships: service innovation at the pinnacle of touristic achievement. *Asian Journal of Business Research*, 11(1), 1-15.
- Doe, J., & Smith, A. (2022). The Role of Teamwork on Employee Performance in the Hospitality Sector. *Journal of Hotel Management*, 45(3), 124-139.
- Freund, F. L., Schaltegger, S., & Dembek, K. (2019). Strategies and drivers of sustainable business model innovation. In F. Boons & A. McMeekin (Eds.), *Handbook of Sustainable Innovation* (101-123). Edward Elgar Publishing Limited.
- Hair, P. S., Gronemus, J. Q., Crawford, K. B., Nyalwidhe, J. O., Cunnion, K. M., & Krishna, N. K. (2010). Potent inhibition of the classical pathway of complement by a novel C1q-binding peptide derived from the human astrovirus coat protein. *Molecular immunology*, 48(1-3), 305-313.
- Lianos, L. & Smichowski, B. C. (2021). *Economic Power and New Business Models in Competition Law and Economics: Ontology and New Metrics*. Centre for Law, Economics and Society (CLES) Faculty of Laws, UCL London.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3818943
- Majchrzak, A. (1984). *Methods for policy research: Applied social research methods*. Sage
- Mutinda, J. M. (2020). *The Effect of service quality on customer satisfaction among hotels in Nairobi County, Kenya* [Doctoral dissertation, Strathmore University].
<http://hdl.handle.net/11071/10183>
- Nurlina, N., & Putra, A. H. P. K. (2022). The Symmetrical and Asymmetrical Relationship of Technology Acceptance Model (TAM) on Consumer Emotional Value, and Service Innovation in Supporting Consumer Purchase Decisions. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 1-16.

- Patton, M. Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. Sage.
- Pratt, S. (2022). Sustainable tourism development: critically challenging some assumptions. *Tourism Planning & Development*, 19(1), 26-36.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1976). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- Saeidi, P., Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, S. P., Nilashi, M., & Mardani, A. (2019). The impact of enterprise risk management on competitive advantage by moderating role of information technology. *Computer Standards & Interfaces*, 63, 67-82.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques* (2nd ed.). Sage.
- Wongprateep, N. (2021). *A model of Lanna boutique small hotel's service quality, customer satisfaction and perceived value influencing behavioral intention, a case study of Chiang-Mai, Thailand*. National Institute of Development Administration.