การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต

Developing Product Innovation and Service Processes Innovation to Increase the Service Performance of the Four Star Accommodation Business in Phuket Province

กรกมล มุสิกชาติ และ แสงแข บุญศิริ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Kornkamon Musikachat and Sangkae Punyasiri
National Institute of Development Administration
Corresponding Author, E-mail: kornkamon.mu@gmail.com

****

บทคัดย่อ

หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลต่อธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ตให้ประสบปัญหาในการฟื้นตัวกลับมาช้าของผลการดำเนินงานและการได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเป็นจำนวนน้อยที่สุดในบรรดาธุรกิจที่พักระดับ 3-5 ดาว ซึ่งนวัตกรรมด้านการบริการสามารถสร้างความแตกต่าง ทำให้ธุรกิจที่พักกลับมาเติบโตแข็งแกร่ง และการอยู่รอด บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต โดยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการจัดทำเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informant) จำนวน 29 คน ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตลอดจนมีการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต บทความ หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย การพัฒนาด้วยสัมผัสทั้งห้า การพัฒนาด้วยเอกลักษณ์ของธุรกิจที่พัก และการพัฒนาด้วยการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในส่วนการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการบริการ ประกอบด้วย การพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งจะนำมาสู่การเพิ่มผลการดำเนินงานอันเกี่ยวกับยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการใช้บริการที่มากขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนานวัตกรรม; นวัตกรรมผลิตภัณฑ์; นวัตกรรมกระบวนการบริการ

---

* วันที่รับบทความ : 19 มกราคม 2567; วันแก้ไขบทความ 28 มกราคม 2567; วันตอบรับบทความ : 29 มกราคม 2567
Received: January 19, 2024; Revised: January 28, 2024; Accepted: January 29, 2024

Abstracts

After the COVID-19 pandemic that affected Phuket Province's four star accommodation business to recover slowly of service performance and obtain the lowest certification for tourism accommodations among establishments offering three to five star accommodation business. Service innovation can make a difference to the accommodation business back to strong growth and survival. This research aims to study product innovation and service processes innovation development to increase the service performance of the four star accommodation business in Phuket Province. The qualitative research was carried out by preparing the research tool as a semi-structured interview and consisted of in-depth interviews with 29 key-informants from the general manager, food and beverage department, housekeeping department and front office department. This study used the purposive sampling method as well as researching and collecting information on the internet, articles, books, related research and various documents that are secondary data used for data analysis and thematic analysis. The results of the study on product innovation development include development with five senses, the uniqueness of the accommodation business, and creating shared value between service providers and clients. Service processes innovation development includes human resources development and technology development to increase service performance with sales, market share, client satisfaction, repurchases, and increased use of services.

Keywords: Innovation Development, Product Innovation, Process Innovation

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันทางการตลาดที่มากขึ้น ทำให้หลากหลายธุรกิจต้องมีการปรับตัวในระหว่างและหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงธุรกิจที่พักซึ่งเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ บริบทของสังคม และรูปแบบธุรกิจที่พักมีการปรับเปลี่ยนไปตามพลวัตที่เคลื่อนไปตลอดเวลา (ธิษณา หาวารี และบุษรา โพวาทอง, 2565: 219-232) ทำให้ธุรกิจที่พักต้องมีการเพิ่มผลการดำเนินงานที่หมายรวมถึงยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการใช้บริการที่มากขึ้น ทั้งนี้ในแต่ละธุรกิจที่พักมักมีลักษณะการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งยังมีส่วนน้อยที่มีการนำนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจด้วยการสร้างความแตกต่างและการรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ

นวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ ประสบการณ์ และเทคโนโลยีมาพัฒนาขึ้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ หรือบริการใหม่ (กฤษดี พ่วงรอด, สงวน ลือเกียรติบัณฑิต, และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2560: 25-38.) ดังนั้นนวัตกรรมจึงถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่มีการนำมาปรับใช้กับธุรกิจที่พักเพื่อให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจดำรงคงอยู่ต่อไปได้ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน การมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น และการเติบโตทางธุรกิจ (Weng, Ha, Wang, and Tsai, 2012:

98-112) โดยธุรกิจที่พักจะสร้างหรือนำนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการบริการมาใช้บริหารจัดการและพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการ (Mansury and Love, 2008: 52-62)

โดยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นผลิตผลของธุรกิจที่พักที่พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้แตกต่าง หลากหลาย และมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น อาจอยู่ในรูปของสินค้า (Goods) หรือการบริการ (Services) ในส่วนของนวัตกรรมกระบวนการบริการเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือขั้นตอนใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น หรือเป็นการพัฒนาจากกระบวนการที่มีอยู่ให้สามารถบริการได้รวดเร็วขึ้นด้วยการลดกระบวนการ เพื่อประหยัดต้นทุนและเวลา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ (Souto, 2015: 142-155) ซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการสามารถพัฒนาได้ด้วยทั้งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี (Technological Innovation) หรือการไม่ใช้เทคโนโลยี (Non-Technological Innovation) หรือวิธีการใช้

จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้น ๆ ของโลก จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากมายและทำให้จำนวนที่พักและห้องพักมีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ธุรกิจที่พักในจังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบอย่างมาก รัฐบาลไทยจึงตั้งเป้าฟื้นฟูจังหวัดภูเก็ตโดยการนำร่องเปิดประเทศในเดือนกรกฎาคม 2564 ซึ่งมีกฎข้อบังคับหลากหลายท่ามกลางผู้ติดเชื้อภายในประเทศที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ด้วยสถานการณ์ที่ค่อนข้างย่ำแย่ธุรกิจที่พักหลายแห่งในภูเก็ตจึงต้องต่อสู้แข่งขันปรับรูปแบบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ที่ยังฟื้นตัวกลับมาช้า (มาริสา สุโกศล, 2566) รวมถึงธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ตได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเป็นจำนวนน้อยที่สุด จึงเป็นผลต่อธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ตที่ต้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการสำหรับสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและรักษาเสถียรภาพของฐานผู้ใช้บริการให้ยังคงอยู่กับธุรกิจที่พักของตนเองต่อไปได้ ตลอดจนเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้อีกด้วย (กชนิภา วานิชกิตติกูล, ปิยะวรรณ ยางคำ, อมร โททำ, นาวา มาสวนจิก, และธีระศักดิ์ เกียงขวา, 2566: 58-72)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้พบปัญหาในการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักฟื้นตัวคืนกลับมาได้ช้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมนี้จะส่งผลให้ธุรกิจที่พักมีการเปลี่ยนแปลงด้วยวิธีการใหม่ ๆ ที่เป็นไปในทางบวก สามารถ

นำไปปฏิบัติใช้ให้เกิดเป็นประโยชน์ ทำให้ธุรกิจที่พักมียอดขายและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น มอบความพิเศษและตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้บริการได้ ซึ่งนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการใช้บริการที่มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และตีความข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือสิ่งที่ตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วนและถูกต้องมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง โดยตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาครั้งนี้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informant) จำนวน 29 คน ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป ผู้ปฏิบัติงานในแผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว จากสมาคมโรงแรมไทย จำนวน 22 แห่ง (สมาคมโรงแรมไทย, 2565) ซึ่งจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักเกิดจากการสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation in Interview)

โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเกณฑ์ขั้นพื้นฐาน คือ เป็นผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม อย่างน้อยระยะเวลา 3 ปี เนื่องจากมีประสบการณ์ ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญ รับทราบถึงพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการ มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ด้วยเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ สามารถมีวิจารณญาณในการให้ข้อมูล และมีรายละเอียดอื่น ๆ ประกอบดังนี้

1. ผู้จัดการทั่วไป เจาะจงผู้จัดการทั่วไป เนื่องจากเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการวางแผน จัดการ ควบคุม และประสานงานกิจกรรมต่าง ๆ ภายในธุรกิจที่พัก การดูแลให้การปฏิบัติงานในที่พักเป็นไปอย่างราบรื่น และช่วยทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ดี จึงเป็นผู้ที่มองเห็นองค์รวมของผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการที่จะเป็นหนทางสู่การพัฒนาให้ก่อเกิดนวัตกรรม

2. แผนกต้อนรับส่วนหน้า เจาะจงผู้ปฏิบัติงานแผนกต้อนรับส่วนหน้า ได้แก่ ผู้จัดการแผนก พนักงานต้อนรับ พนักงานสำรองห้องพัก และพนักงานบริการทั่วไป เนื่องจากเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการต้อนรับ การสร้างความสัมพันธ์อันดี การสื่อสาร และการประสานงานระหว่างผู้ใช้บริการกับพนักงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญ

ในการทำให้เกิดความพึงพอใจ ตลอดจนมีความใกล้ชิดและทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ สามารถให้ข้อมูลที่นำมาสร้างแนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการได้

3. แผนกแม่บ้าน เจาะจงผู้ปฏิบัติงานแผนกแม่บ้าน ได้แก่ ผู้จัดการแผนก หัวหน้าแม่บ้าน และพนักงานดูแลห้องพัก เนื่องจากเป็นผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบและควบคุมคุณภาพในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับห้องพัก ซึ่งเป็นหัวใจหลักของธุรกิจที่พักที่จะสร้างความจดจำที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ จึงมีความเข้าใจในความต้องการ วิธีการสร้างความประทับใจ และการบริการที่เป็นมิตรให้กับผู้ใช้บริการ

4. แผนกอาหารและเครื่องดื่ม เจาะจงผู้ปฏิบัติงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ผู้จัดการแผนก ผู้จัดการห้องอาหาร หัวหน้าพ่อครัว และหัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ เนื่องจากเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ กำหนดมาตรฐานของการบริการ การจัดเตรียมด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีโอกาสติดต่อและพูดคุยกับผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งอาหารและเครื่องดื่มนับเป็นสิ่งที่สร้างความตราตรึงใจได้อันดับต้น ๆ และมีส่วนสำคัญในการเพิ่มผลการดำเนินงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ซึ่งได้กำหนดหัวข้อที่ต้องการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวทาง โดยเป็นคำถามปลายเปิดและมีความยืดหยุ่นขณะสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและกว้างกว่าวิธีอื่น ตลอดจนได้ทราบอย่างรายละเอียดอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ที่สุด จนทำให้ข้อมูลที่ได้มานั้นชัดเจนและสามารถนำผลไปวิเคราะห์ได้ โดยแบบสัมภาษณ์ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงและจริยธรรมด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความถูกต้องของคำถามและความเหมาะสมในภาษาที่ใช้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวมรวบข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ไปยังธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างวันที่ 4 พฤศจิกายน 2566 ถึง วันที่ 20 ธันวาคม 2566

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ จากหนังสือ วารสาร ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต รวมทั้งผลงานทางวิชาการ งานวิจัย และเอกสารการบรรยายที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลขณะลงพื้นที่ศึกษาด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่ต่างสถานที่ ต่างบุคคล และต่างเวลา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นการสะท้อนความเข้าใจความหมาย ลักษณะของสิ่งที่ศึกษาอย่างครอบคลุมชัดเจน และวิเคราะห์แก่นสาระสำคัญของปรากฏการณ์ โดยนำข้อมูลมาทำการถอดเทป สังเคราะห์ พิจารณาสิ่งที่เหมือนและแตกต่างกันของข้อมูล เพื่อจัดระบบข้อมูล

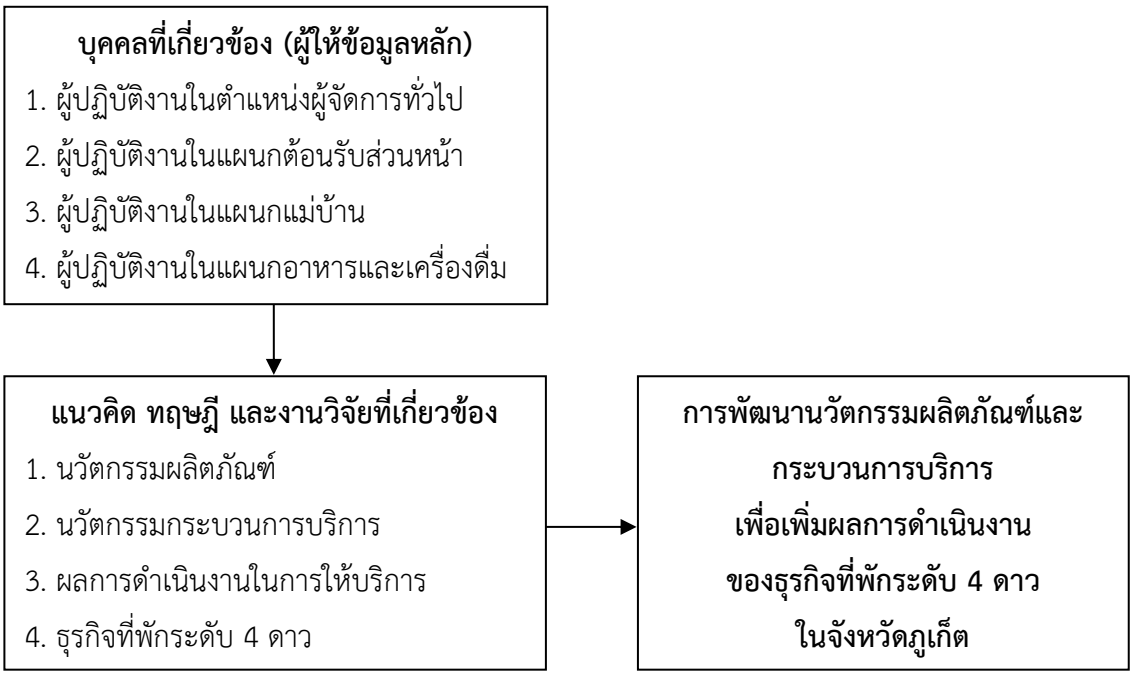
และลดทอนข้อมูลที่ไม่จำเป็นออก และแยกคำหลักสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นตีความดึงความหมายออกมาจากข้อมูลที่มีอยู่ และนำแก่นสาระสำคัญที่ได้มาปรับภาษาหรือใช้คำให้สามารถสื่อความหมายถึงปรากฏการณ์ที่มองเห็นจากการศึกษาทั้งหมด (Mezmir, 2020: 15-27) ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้ทำการสัมภาษณ์ให้แล้วเสร็จทีละตำแหน่งงาน ทีละแผนก หรือทีละธุรกิจที่พัก การสัมภาษณ์จัดเรียงตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักสะดวก โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดรหัสของผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่ปรากฏในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 รหัสและจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก

แผนก	ตำแหน่งงาน	รหัส	จำนวน (คน)
ผู้จัดการทั่วไป (General Manager: GM)	• ผู้จัดการทั่วไป	GM 1 – GM5	5
แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Font Office Department: FO)	• ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า • พนักงานต้อนรับ • พนักงานสำรองห้องพัก • พนักงานบริการทั่วไป	FO1 – FO2 FO3 – FO5 FO6 – FO7 FO8 – FO9	9
แผนก	**ตำแหน่งงาน**	**รหัส**	**จำนวน (คน)**
แผนกแม่บ้าน (House Keeping Department: HK)	• ผู้จัดการแผนกแม่บ้าน • หัวหน้าแม่บ้าน • พนักงานดูแลห้องพัก	HK1 – HK2 HK3 – HK4 HK5 – HK7	7
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Department: FB)	• ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม • ผู้จัดการห้องอาหาร • หัวหน้าพ่อครัว • หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟ	FB1 – FB2 FB3 – FB4 FB5 – FB6 FB7 – FB8	8
รวมทั้งหมด			**29**

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต มีข้อค้นพบดังนี้

1. การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก สะท้อนให้เห็นผลการศึกษาที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่และแตกต่างที่ต้องการให้พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการพัฒนาด้วยการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัส การพัฒนาด้วยตัวตนหรือในสิ่งที่ธุรกิจที่พักมีและเป็น และการก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกัน เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต โดยพบปรากฏการณ์จากการศึกษา จำนวน 3 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การพัฒนาด้วยสัมผัสทั้งห้า จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ พบว่า การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถจัดแก่นสาระสำคัญให้อยู่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสัมผัสทั้งห้าหรือประสาทสัมผัสทั้งห้า ประกอบด้วย การสัมผัส หรือแตะต้อง (Touch) การมองเห็น หรือรูป (Sight) การได้ยิน หรือเสียง

(Hearing) การได้กลิ่น หรือกลิ่น (Smell) และการลิ้มรส หรือรสชาติ (Taste) จากสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ภายในห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม การตกแต่งสถานที่ และการสร้างบรรยากาศ ซึ่งสัมผัสทั้งห้าจะทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ จดจำ และกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังตัวอย่างทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“จะทำให้ลูกค้าพอใจและกลับมาซ้ำก็ต้องทำให้ลูกค้าจดจำเราได้ ทั้งจากบริการหรือของที่ลูกค้าจะได้สัมผัส อย่างโรงแรมมีหมอนให้ลูกค้าได้สัมผัสก่อน ได้ลองนอน ได้เลือกตามความชอบของลูกค้า...หรืออย่างในห้องก็มีกลิ่นของเทียนหอม ก้านไม้หอม ให้คนเข้าพักเลือกตามที่เขาชอบ แล้วก็เป็นกลิ่นที่เป็นของโรงแรมเฉพาะด้วย คิดว่าเป็นบริการที่ใหม่ที่โรงแรมน่าจะนำมาใช้พัฒนา” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส HK2

“...การสร้างบรรยากาศให้ภายในโรงแรมหรือในห้องพักรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ เช่น การได้ฟังเพลงที่แต่งขึ้นเฉพาะของโรงแรม เป็นเพลงที่มีทำนองปรับเปลี่ยนไปตามบรรยากาศหรือสถานที่ อย่างในสวน ในห้องร้านอาหาร...การได้เห็นสีที่ทำให้สบายตา สบายใจก็ช่วยได้ อาจใช้สีของโรงแรม หรือทาสีที่สื่อถึงบรรยากาศนั้น ๆ” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส GM3

“นอกจากห้องพักแล้ว เรื่องอาหารสำคัญไม่แพ้กัน การได้รับประทาน ได้ชิม ได้ดื่ม จะทำให้ลูกค้าชอบหรือประทับใจแล้วอยากกลับมาอีก แล้วอาหารสามารถพัฒนาหรือใส่นวัตกรรมเข้าไปได้หลายรูปแบบ หรือเอาอาหารที่เป็นนวัตกรรมอยู่แล้วมาใช้กับอาหารของโรงแรม อย่างเนื้อสัตว์จากพืช โปรตีนทางเลือก การทำเครื่องดื่มให้มีแสงสี การเอาเครื่องพิมพ์อาหาร 3 มิติ มาใช้” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FB5

1.2 การพัฒนาด้วยเอกลักษณ์ของธุรกิจที่พัก จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ พบว่าการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต้องเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างอย่างชัดเจนด้วยการนำตัวตนของธุรกิจที่พักมาสร้างหรือแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ โดยเอกลักษณ์ของธุรกิจที่พักมีทั้งสิ่งที่ผู้ใช้บริการมองเห็นหรือรับรู้มาจากภายนอก เช่น เครื่องหมายการค้า (Brand) สี ตัวอักษร จนถึงการได้เข้ามาใช้บริการในที่พัก เช่น ของใช้ภายในห้องพัก การแต่งกายของพนักงาน การกล่าวทักทาย บุคคลิกท่าทางของผู้ที่ให้การต้อนรับ ดังตัวอย่างทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“จะพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ก็ต้องมองถึงว่าผลิตภัณฑ์ของโรงแรมเรามีอะไร ทำอย่างไรให้คนที่มาใช้บริการจำผลิตภัณฑ์ของโรงแรมได้หรือมีความชอบ ประทับใจ คำว่าผลิตภัณฑ์สำหรับตนเองรวมถึงชื่อโรงแรม โลโก้ สี ตัวหนังสือที่ใช้ ต้องพัฒนาให้มีความเป็นตัวตนของโรงแรม แทรกเอกลักษณ์ของโรงแรมเข้าไปในนั้นด้วย” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส GM5

“...ใช้เอกลักษณ์ของโรงแรมมาผสมกับเอกลักษณ์ของภูเก็ต ให้เห็นชัดเลยว่าโรงแรมเรามีอะไรที่โดดเด่น ภูเก็ตมีอะไรที่น่าสนใจ เอามาออกแบบ พัฒนา ปรับปรุง หรือทำให้ดูแตกต่าง แต่สื่อได้ถึงในสิ่งที่โรงแรมมีหรือโรงแรมเป็น อาจเอามาใช้กับการแต่งกายของพนักงาน ผสมกับการใช้ผ้าของท้องถิ่น หรือของใช้ที่อยู่ในห้องพัก ต้องพยายามให้แขกเห็นความเป็นตัวตนเรา จะด้วยลวดลาย ข้อความ หรือความใส่ใจสิ่งแวดล้อม การร่วมมือกับชุมชน พวกนี้เป็นเอกลักษณ์ที่สร้างนวัตกรรมได้ทั้งหมด” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FO2

“เริ่มจากต้องรู้จักตัวเองก่อน ว่าโรงแรมเรามีลักษณะเฉพาะตรงไหน ซึ่งตรงนี้จะเป็นนวัตกรรมที่เอามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี นำสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์มาสร้าง เริ่มง่าย ๆ เลยการสร้างรอยยิ้ม ความประทับใจ เช่น พอพบเจอแขกหรือผู้ที่มาใช้บริการก็กล่าวสวัสดีและตามด้วยคำที่เฉพาะของโรงแรม แต่ไม่ให้ดูเป็นหุ่นยนต์ท่องจำ หรือพูดไปให้จบ หรือจะคิดท่าทางต้อนรับใหม่ ๆ ให้แขกจำได้ว่านี่คือเอกลักษณ์ของโรงแรม” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FO3

1.3 การพัฒนาด้วยการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ พบว่า การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่พักเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานจะสามารถเกิดขึ้นได้อย่างดีควรมีมิติที่ผู้ใช้บริการได้เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่ให้ผู้ใช้บริการได้ร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เสนอแนะแนวทางแก้ไข และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การประกวด หรือแข่งขันที่ทางธุรกิจที่พักได้จัดขึ้น เช่น การประกวดคิดสร้างสรรค์เมนูอาหาร การประกวดภาพถ่ายในที่พัก ซึ่งจะทำให้ธุรกิจที่พักได้ทราบความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง ตลอดจนเน้นย้ำให้เห็นถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการใช้บริการที่มากขึ้น ดังตัวอย่างทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“นวัตกรรมเป็นอะไรที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่วนใหญ่ธุรกิจที่พักมักจะเน้นการบริการในแบบเดิม ๆ คือให้พนักงานของโรงแรมเป็นฝ่ายเดียวที่ได้ทำให้กับให้ลูกค้า แต่ถ้าจะพัฒนาก็อยากให้ทั้งสองฝ่ายคือทั้งฝ่ายโรงแรมและฝ่ายลูกค้าได้มีกิจกรรมร่วมกันทำ พูดคุย หรือถามความคิดเห็นกัน แต่ไม่ใช่แบบทางการต้องเป็นอะไรที่ทำแล้วไม่เครียด ได้ประสบการณ์ดี ๆ หรือเกิดเป็นคุณค่าต่อทั้งสองฝ่าย” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส GM1

“ที่พักต้องมีกิจกรรมที่ให้แขกได้ทำมากขึ้น เปลี่ยนกิจกรรมไปเรื่อย ๆ เพื่อให้แขกได้กลับมาซ้ำ อย่างเช่นจัดประกวดเมนูอาหารใหม่ของโรงแรม โดยให้แขกเป็นคนออกไอเดีย หรือจัดแข่งทำอาหาร มีพนักงานของโรงแรมได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับแขกด้วย ได้ช่วยกัน แลกเปลี่ยนกัน” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FB2

“ให้ผู้เข้าพักได้ร่วมแนะนำหรือเสนอความคิดเห็น ว่าโรงแรมควรต้องทำอะไร ปรับปรุงตรงไหน เพิ่มเติมเรื่องใดชอบตรงไหน ให้ได้แชร์กันระหว่างผู้เข้าพักกับทางโรงแรม เพื่อให้เขาได้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญจริง ๆ ซึ่งเขาอาจจะไม่เคยเจอว่าโรงแรมไหนให้ความสำคัญกับเขามากขนาดนี้...อาจจัดเป็นกิจกรรมสนุก ๆ ให้ได้เข้าร่วม ถ้าให้ยกตัวอย่างอาจจะแชร์รูปถ่ายมุมต่าง ๆ ของโรงแรม นำมาประกวดกัน ตัดสินกัน แบบนี้ดูเป็นอะไรที่ใหม่ ๆ ดีสำหรับผู้เข้าพัก” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FO9

2. การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการบริการ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก แสดงให้เห็นผลการศึกษาที่เชื่อมโยงให้ทราบถึงนวัตกรรมกระบวนการบริการหรือการบริการแบบใหม่ที่ต้องการให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยเป็นการพัฒนารูปแบบและขั้นตอนการให้บริการจากบุคลากรและเทคโนโลยี เพื่อจะได้บริการตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เน้นการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็ว

ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับคือการเกิดความแตกต่างในการบริการและเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต โดยพบปรากฏการณ์จากการศึกษา จำนวน 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การพัฒนาบุคลากร จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ พบว่า บุคลากรนับเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจที่พักซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ยังคงต้องใช้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นแก่นสำคัญ ดังนั้นการพัฒนากระบวนการบริการและการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พัก บุคลากรจึงมีคุณค่าอย่างมากเนื่องจากเป็นผู้ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการมากที่สุด จึงต้องมีการนำแนวคิดใหม่ ๆ การนำทักษะที่มีอยู่แล้วมาพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมจากบุคลากร การให้บุคลากรได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เช่น การอบรมการบริการรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจที่พักและผู้ใช้บริการ การอบรมถ่ายทอดความรู้และทดลองปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรม ตลอดจนการให้บุคลากรได้ออกแบบใช้ความคิดของตนเองมาใช้ในการสร้างสรรค์หรือปรับปรุงวิธีการทำงานแบบใหม่ เช่น การสื่อสาร การใช้คำพูดในโอกาสต่าง ๆ เพื่อตัดกระบวนการที่ไม่จำเป็นออก ดังตัวอย่างทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“ถ้าจะให้เกิดนวัตกรรมควรเริ่มจากพนักงานก่อนอย่างอื่น เพราะพนักงานสำคัญสุด ต้องให้เขาเข้าใจว่านวัตกรรมคืออะไร จะเอามาใช้อย่างไรกับกระบวนการบริการ การจัดห้องพักที่ให้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องรอ ตอบความต้องการของผู้เข้าพักได้ และควรให้เขาได้คิดด้วยตัวเอง ได้ลองทำ อาจจะอบรมหรือทำเวิร์คชอปในหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่เอามาใช้กับแผนกที่ทำงานได้” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส HK4

“นวัตกรรมไม่ใช่ต้องพัฒนาหรือเกิดจากเทคโนโลยีเสมอไป เกิดจากคนก็ได้ โดยเฉพาะในโรงแรม คนที่เป็นพนักงานทราบความต้องการของแขกดี ปล่อยให้พนักงานมีความคิดที่อิสระในการหาวิธีบริการที่ดี รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าประทับใจ อย่างการทำอาหาร ทำอย่างไรที่แขกไม่ต้องรออาหารนาน ขั้นตอนการเสิร์ฟหรือบริการก็สำคัญ ที่เร็วแต่ดี ต้องทำอย่างไร...ควรสนับสนุนให้พนักงานอยากไปเรียนรู้ได้อบรมอะไรใหม่ ๆ เพราะจะทำให้เกิดนวัตกรรมตามมาได้ด้วย” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FB4

“โรงแรมส่วนใหญ่เน้นในเรื่องงานบริการให้ประทับใจแต่ก็ต้องรวดเร็ว สามารถพัฒนาขั้นตอนการบริการได้ ปรับเปลี่ยนการสื่อสารกับแขก การพูดจาในแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เร็วขึ้น อาจเป็นคำที่ให้พนักงานในแต่ละฝ่ายร่วมกันคิดหรือใช้เฉพาะของตนเองที่เกี่ยวกับงานในส่วนนั้น ๆ สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทำตามได้” ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FO1

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี จากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ พบว่า เทคโนโลยีจะทำให้ธุรกิจที่พักสามารถปรับปรุงการบริการและผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นนวัตกรรมที่จะสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการเกิดความตื่นตาตื่นใจ สนุกสนาน จดจำ ช่วยธุรกิจที่พักประชาสัมพันธ์ด้วยการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงสามารถเพิ่มยอดขายหรือได้ส่วนแบ่งการตลาดอีกทางหนึ่งด้วย โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่สามารถควบคุมทุกบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวก

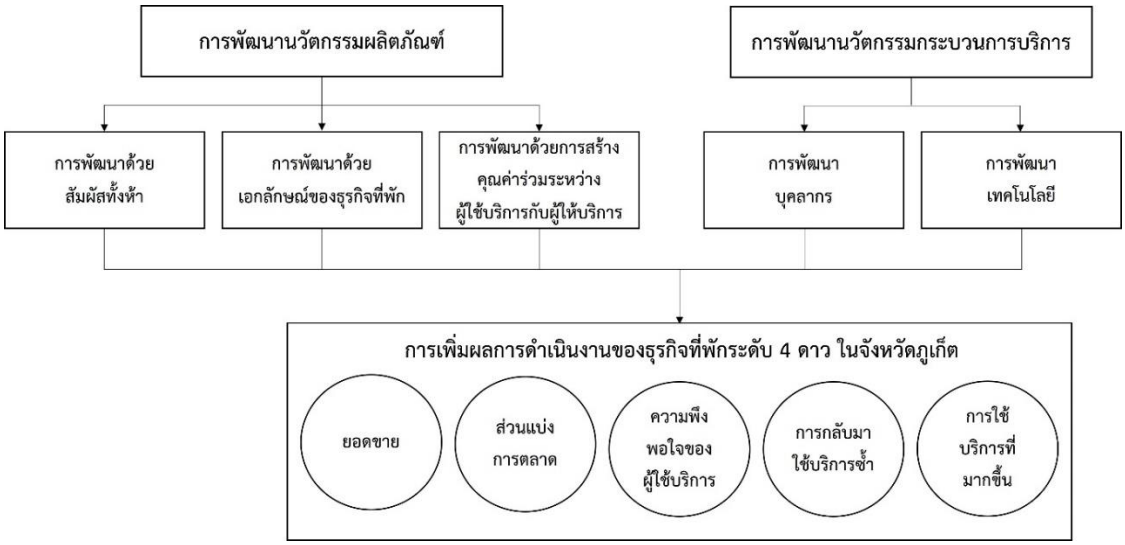
ผ่านการใช้โทรศัพท์มือถือเพียงเครื่องเดียว เช่น การเปิดเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ รวมถึงการเช็คอิน การรับรหัสห้องพัก และการสแกนเข้าห้องพักด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับคีย์การ์ดห้องพักจากพนักงานต้อนรับ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีหุ่นยนต์มาใช้ในงานบริการของที่พัก เช่น การบริการอาหาร การให้ข้อมูล การนำทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ดังตัวอย่างทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

"...การใช้ผ่านแอปพลิเคชันของโรงแรม ที่ไม่ใช่แค่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แต่ต้องให้เห็นและใช้ได้จริงเกี่ยวกับการบริการ มีการเพิ่มแถบตัวเลือกต่าง ๆ เช่น การเช็คอิน คือให้แขกได้ใช้ในการเช็คอิน แบบไม่ต้องมายืน ได้รหัสผ่านจากแอปพลิเคชัน ให้มือถือสามารถจัดการได้ครบวงจร" FO8

"อันดับแรกต้องเป็นเรื่องของการเอามือถือเข้ามาใช้ โรงแรมควรพัฒนาและทำให้มือถือในหนึ่งเครื่องให้บริการได้เกือบทุกอย่าง จะช่วยให้เร็วและง่ายกับลูกค้า อย่างการได้คิวอาร์โค้ดมาสแกนเข้าห้องพัก สั่งให้เปิดแอร์ก่อนเข้าห้องได้" ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส HK6

"พอพูดถึงการพัฒนานวัตกรรม จะนึกถึงเกี่ยวกับพวกเทคโนโลยีก่อนเรื่องอื่น ถ้าโรงแรมต้องการให้มีสิ่งที่น่าสนใจ การเอาหุ่นยนต์มาใช้น่าจะดึงดูดได้ดี ยังไม่ค่อยเห็นว่าโรงแรมมีการใช้หุ่นยนต์ อาจเพราะหลัก ๆ คนให้บริการได้ดีกว่า แต่ก็สามารถเอาหุ่นยนต์มาช่วยได้ เรื่องความเร็ว เรื่องที่กระทันหันต่าง ๆ มาเสริฟอาหาร หรืออย่างการให้ข้อมูลตามที่แขกอยากทราบ" ผู้ให้สัมภาษณ์หลักรหัส FB8

จากผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นภาพรวมของผลการวิจัยการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ดังแผนภาพที่ 2 ดังนี้



แผนภาพที่ 2 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การอภิปรายผลข้อค้นพบของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากการศึกษาการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้

1.1 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้วยสัมผัสทั้งห้า มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Barnes (2017; 134-134) ที่พบว่า การที่ผู้ใช้บริการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า การมองเห็น การได้ยิน การลิ้มรส และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการของธุรกิจ ไม่เพียงเป็นแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือใช้บริการของผู้ใช้บริการเท่านั้น แต่เป็นการรับรู้ว่าบริการต่าง ๆ นั้นจะสร้างความพอใจตามความปรารถนาและความต้องการของผู้ใช้บริการด้วย โดยเป็นไปในแนวทางเดียวกับที่ Floral (2019) กล่าวว่า ปัจจุบันมีการนำเอาประสาทสัมผัสทั้งห้ามาใช้กับโรงแรม เนื่องจากสามารถใช้ดึงดูดผู้คนเข้าสู่ประสบการณ์ของโรงแรมได้อย่างสมบูรณ์ และมีแนวโน้มว่าผู้ใช้บริการจะจองที่พักด้วยเหตุผลนี้มากขึ้น

1.2 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้วยเอกลักษณ์ของธุรกิจที่พัก มีความสอดคล้องกับที่ Barton (2019) กล่าวว่า ธุรกิจที่พักที่เติบโตและทำกำไรได้เพิ่มขึ้น มีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือการลงทุนในผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อให้มีเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจที่พักของตนเองนั้นได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างอย่างชัดเจนในตลาดแข่งขัน ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาของ ปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุ่นเจริญ (2563: 159-171.) ที่พบว่า นวัตกรรมของโรงแรมเกิดได้ทั้งในรูปแบบตัวอาคาร การตกแต่งภายในโครงสร้างสถาปัตยกรรมที่แตกต่างโดดเด่นไม่ซ้ำใคร การจัดรูปแบบของโรงแรมที่แตกต่าง อุปกรณ์ภายในมีการตกแต่งแตกต่างจากโรงแรมทั่วไปมีเอกลักษณ์ เช่น รูปแบบผ้าปูเตียงที่ไม่ใช่สีขาว อาจเป็นผ้าขาวม้า ผ้าทอมือ

1.3 การสร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wei, Miao, and Huang (2013: 316-330) ที่พบว่า การขับเคลื่อนนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าร่วมจากการที่ผู้ใช้บริการได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาโรงแรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างการแข่งขันหรือการประกวดต่าง ๆ ที่โรงแรมจัดขึ้น ล้วนเป็นนวัตกรรมการผลิตร่วมที่มีคุณค่าทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้เป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาของสุธา พงศ์ถาวรภิญโญ (2562) ที่พบว่า การส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการในเชิงลึกผ่านกิจกรรมที่หลากหลายตามความสนใจของลูกค้าสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาพักที่โรงแรมและท่องเที่ยว ตลอดจนมีทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ Vivek, Beatty, and Morgan (2012: 122-146) ที่พบว่า ความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมของปัจเจกชนและความสัมพันธ์กับข้อเสนอของธุรกิจหรือกิจกรรมของธุรกิจนั้น ๆ หรือความผูกพันของลูกค้าจะสะท้อนออกมาจากความศรัทธา

2. การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการบริการ การอภิปรายผลข้อคนพบของการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการบริการจากการศึกษาการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่พักระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้

2.1 การพัฒนาบุคลากร มีความสอดคล้องกับที่ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง (2563: 68 -70) กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมและกระบวนการบริการจะสามารถประสบความสำเร็จได้จะต้องอาศัยบุคลากรซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในงานบริการในฐานะเป็นกลไกหลักของการสร้างและส่งมอบคุณค่าการบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งหลายโรงแรมหันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดการสร้างนวัตกรรมในการสร้างคนในองค์กร โดยการหานวัตกรรมใหม่ ๆ หรือวิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาคนผ่านทางการฝึกอบรม การพัฒนาและการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาของ Lewis and Mottier (2012: 1-9) ที่พบว่า นวัตกรรมที่ได้สร้างสรรค์สวัสดิการสังคมแห่งความสุขของพนักงานในโรงแรมได้ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน การให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ การพัฒนาตนเอง แรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน และการคงอยู่ของบุคลากร ตลอดจนมีทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และเกิดศิริ เจริญวิศาล (2565: 251-266.) การนำนวัตกรรมมาประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมของโรงแรมเพื่อให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น ทั้งในด้านประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรและการปรับตัวของโรงแรมให้เข้ากันกับนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น โดยการเข้ามาของนวัตกรรมจะทำให้กระบวนการทำงานหรือขั้นตอนการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงที่ดี

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sharma (2016: 469-480) ที่พบว่า เทคโนโลยีในโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการบริการของธุรกิจที่พักที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนโดยนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการ พัฒนานวัตกรรมกระบวนการบริการและรูปแบบของการบริการด้วยเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการและเป็นโอกาสที่ธุรกิจที่พักจะสามารถได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันได้ด้วยการใช้นวัตกรรม ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาของอนิรุทธิ์ เจริญสุข (2565, น. 107) ที่พบว่า เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตทำให้นวัตกรรมการบริการสำหรับธุรกิจที่พักเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าและคุณค่าการบริการให้กับผู้ใช้บริการได้ผ่านความรู้สึกและประสบการณ์ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยการสร้างสรรค์และพัฒนาการบริการที่สะดวก รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. โรงแรมระดับ 4 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวจากสมาคมโรงแรมไทย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานในการให้บริการ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคตได้

3. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนนโยบาย การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการสำหรับธุรกิจที่พัก

4. สถาบันการศึกษานำไปประกอบเนื้อหาการเรียนการสอนในสถานศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านการโรงแรม การท่องเที่ยว และการบริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ แต่ปรับเปลี่ยนระเบียบวิธีการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการ

2. ควรศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ แต่มีการขยายพื้นที่ศึกษาให้ครบแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยนอกเหนือจากจังหวัดภูเก็ต

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับผลการวิจัยข้อย่อยต่าง ๆ ในเชิงลึก ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี

เอกสารอ้างอิง

กชนิภา วานิชกิตติกูล, ปิยะวรรณ ยางคำ, อมร โททำ, นาวา มาสวนจิก, และธีระศักดิ์ เกียงขวา. (2566). การยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าสำหรับเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม. *Journal of Roi Kaensarn Acade*mi, 8(6), 58-72.

กฤษดี พ่วงรอด, สงวน ลือเกียรติบัณฑิต, และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2560). เงื่อนไขที่เอื้อต่อการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 28*(1), 25-38.

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2565). การประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมยุคดิจิทัล. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *8*(1), 251-266.

ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง. (2563). นวัตกรรมการบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ, 8*, 68 -70.

ธิษณา หาวารี และบุษรา โพวาทอง. (2565). การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในภาวะวิกฤตโควิด-19 ระหว่าง พ.ศ. 2563-2564 ของโรงแรมในเขตพัทยาเหนือกรณีศึกษาโรงแรมที่มีการบริหารแบบอิสระขนาดเล็กและขนาดกลาง. *สาระศาสตร์, 2*, 219-232.

ปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุ่นเจริญ. (2563). นวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 14*(1), 159-171.

มาริสา สุโกศล. (2566). โรงแรมหรูยอดจองพุ่ง ท่องเที่ยวไฮซีซั่นโตกระจุก รายเล็ก 3-4 ดาวยังกระอัก. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2566. แหล่งที่มา https://www.prachachat.net/tourism/news-1452159

สมาคมโรงแรมไทย. (2565). รายชื่อโรงแรม/รีสอร์ท ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2566. แหล่งที่มา https://www.thaihotels.org/16750781/รายชื่อที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว

สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ. (2562). กลยุทธ์การสร้างสรรค์คุณค่าร่วมที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในโรงแรมระดับ 3 ดาว เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์การจัดการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2565). แบบจำลองการจัดการนวัตกรรมการบริการสำหรับธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์, 11*(2), 98-113.

Barnes, J. (2017). Out with the old-perception and in with the new-five senses research in tourism and hospitality studies. *AU-GSB e-JOURNAL*, *10*(1), 134-134.

Barton, D. (2016). ที่พักที่มีบุคลิกโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2567. แหล่งที่มา https://www.guestline.com/th/blogs/personality/

Floral. (2019). สร้างโอกาสทางการตลาด ด้วย 5 ประสาทสัมผัส. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2566. แหล่งที่มา https://floralhotelsupply.com/th/create-marketing-opportunities-with-5-senses/

Lewis, R. A. and Mottier, E. M. (2012). A “hotel within a hotel” in Bangkok. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, *2*(8), 1-9.

Mansury, M. A. and Love, J. H. (2008). Innovation, productivity and growth in US business services: A firm-level analysis. *Technovation*, *28*(1-2), 52-62.

Mezmir, E. A. (2020). Qualitative data analysis: An overview of data reduction, data display, and interpretation. *Research on humanities and social sciences, 10*(21), 15-27.

Sharma, D. (2016). Enhancing customer experience using technological innovations: A study of the Indian hotel industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *8*(4), 469-480.

Souto, J. E. (2015). Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. *Tourism management*, *51*, 142-155.

Vivek, S. D., Beatty, S. E., and Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring Customer relationships beyond purchase. *Journal of marketing theory and practice, 20*(2), 122-146.

Wei, W., Miao, L., and Huang, Z. J. (2013). Customer engagement behaviors and hotel responses. *International Journal of Hospitality Management*, *33*, 316-330.

Weng, M. H., Ha, J. L., Wang, Y. C., and Tsai, C. L. (2012). A study of the relationship among service innovation, customer value and customer satisfaction: An empirical study of the hotel industry in Taiwan. *International Journal of Organizational Innovation, 4*(3), 98-112.