

การยกระดับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมบนรากฐานมรดกวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา *

ENHANCEMENT OF SERVICE INNOVATION IN HOTEL BUSINESS BASED ON CULTURAL HERITAGE IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

ฐาปกรณ์ ทองคำนุช*, จิตรภรณ์ เถรวัตร, เบญจพร เชื้อผึ้ง, เบญจรงค์ พิณสะอาด

Thapakorn Thongkamnush*, Jitraporn Therawat, Benjaporn Chuapung, Benjarong Phuensaard

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Phranakhon Si Ayutthaya, Thailand

*Corresponding author E-mail: thapakorn.t@mutsb.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจพฤติกรรมการจัดการนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) วิเคราะห์ศักยภาพนวัตกรรมบริการบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ออกแบบแนวทางการยกระดับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกขอเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิและตัวแทนผู้ประกอบการ จำนวน 30 ท่าน กระบวนการวิจัยนี้เป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพอันประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เจาะลึก โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 409 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผลการวิจัยที่สำคัญจากกระบวนการวิจัย คือ พบว่า 1) ศักยภาพนวัตกรรมบริการที่ต้องเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาออกแบบประสบการณ์โดยมีปัจจัยเสริมในการขับเคลื่อน คือ มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อนำมาสู่ในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มาจากการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น 2) รูปแบบนวัตกรรมบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมบริการบนฐานมรดกวัฒนธรรม และ นวัตกรรมบริการจากกระบวนการบนฐานมรดกวัฒนธรรม 3) ข้อค้นพบในกระบวนการจัดการนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปแนวคิดใหม่จากกระบวนการและผลการวิจัย คือ “4RES MODE” องค์ประกอบนวัตกรรมบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริการและกระบวนการบริการให้กับนักท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย นวัตกรรมบริการเชิงสัมพันธ์ , นวัตกรรมบริการแห่งความทรงจำ , นวัตกรรมบริการวัฒนธรรมท้องถิ่นและนวัตกรรมบริการผ่อนคลาย

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ, มรดกวัฒนธรรม, ธุรกิจโรงแรม , จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research addresses the following three principal objectives: 1) to survey the management behaviors of service innovation in the hotel business in Phra Nakhon Si Ayutthaya

2) to analysis the potential of service innovation based on cultural heritage in Phra Nakhon Si Ayutthaya 3) to design guidelines for enhancing the level of service innovation in the hotel business based on cultural heritage in Phra Nakhon Si Ayutthaya. All by considering the case of Ayutthaya province. On this premise, the experiment has been conducted by applying both qualitative and quantitative methods. By using the former method, thirty (30) expert's interviews were designed and conducted from representative groups that included, among others, in-depth interviews with selected academic scholars and entrepreneurs. For the latter part, quantitative analysis was instead conducted by using data analysis based on data collection from the statistical population of four hundreds and nine (409) from Thai and foreigner tourist segments. The analysis was then performed by using averaging values and standard deviations. Three principal outcomes can be synthesized from the experiment. First, values from the service innovation can be realized by applying technology in experience design, particularly in consideration of cultural heritage for both products and services. Second, there are, according to the experiment, two most important categories that influence the experimental results: product design and process innovation, with both factors grounded on the premise of cultural heritage. Third and last, there are four (4) most important types of innovation ("4RES MODE") that stand out from the experiment, which are, Relation Service Innovation ,Remembrance Service Innovation ,Regional culture Service Innovation ,Relaxing Service Innovation— that altogether play critically important roles in advancing innovative service potentials, and improving corresponding service management there of as intended.

Keywords: Service Innovation, Cultural Heritage, Hotel Business Sector, Ayutthaya Province

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่ตอบโจทย์ทางการพักผ่อนหย่อนคลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tohmo, T., 2018) ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนระบบทางการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอีกทั้งยังเป็นปัจจัยในการสนับสนุนการบริการในอุตสาหกรรม การดำเนินงานผู้ประกอบการสำหรับโรงแรมมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอีกทั้งยังพยายามสร้างศักยภาพการแข่งขันเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว (Tubtimcharoon, N., 2018) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และการระบาดในโรคต่างๆที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมที่ส่งผลกระทบเป็นอย่างสูงจึงต้องมีการปรับรูปแบบในลักษณะการบริการในรูปแบบใหม่ เรียกว่ารูปแบบเป็นการท่องเที่ยวแบบ New Normal จากเหตุการณ์ดังกล่าวนี้จึงส่งผลกระทบในวงกว้าง โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่ต้องมีการปรับรูปแบบการบริการในหลายรูปแบบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบเชิงลบที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมเกิดการขาดทุนอย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก ไม่มีนักท่องเที่ยวออกเดินทางมายังธุรกิจบริการอื่นซึ่งต้องมีการปรับกระบวนการนวัตกรรมบริการอย่างเร่งด่วนและยังเกิดการแข่งขันสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักภายในโรงแรม เพื่อป้องกันการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เกิดความคลี่คลายมากขึ้นนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางออกท่องเที่ยวได้ปกติ ทำให้สถานการณ์ธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปรับเปลี่ยนค่าและบริการให้มีความโดดเด่นด้วยรากฐานวัฒนธรรม

มากขึ้น ธุรกิจโรงแรมจึงมีความจำเป็นปรับปรุงกระบวนการบริการเชิงรุกมากขึ้นและพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการสัมผัสวัฒนธรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ในการเข้าพัก แต่หากธุรกิจโรงแรมหยุดนิ่ง ไม่พัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอาจทำให้ธุรกิจโรงแรมสูญเสียตำแหน่งทางการตลาดที่ไม่ว่าจะเป็นบริการห้องพัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการอัตลักษณ์ของโรงแรม แม้กระทั่งด้านบุคลากร (วีรวลัย ปิ่นชุมพลแสง และกอบกุล จันทร์โคติกา, 2561); (Bunrangsee, P., & Pasunon, P., 2018) ที่เป็นปัจจัยในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องเน้นหนักในการบริหารจัดการด้านการบริการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

โครงการวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเรื่อง นวัตกรรมบริการ ซึ่งเป็นหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่จะใช้เป็นแนวความคิดหลัก เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจโรงแรมต้องเร่งพัฒนานวัตกรรมบริการส่งเสริมการบริการ เพื่อผลักดันกำลังในการขับเคลื่อนและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น (Wolfe, R.A., 1994); (Damanpour, F., 1996) และมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติโดยนำแนวคิดนวัตกรรมบริการมาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวมีธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่เหมาะสมที่พร้อมจะรองรับนักท่องเที่ยวและที่เดินทางมาสัมผัสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสถิติการท่องเที่ยวและการกีฬาจำนวนสถานพักแรม ห้องพัก จำนวน 4,746 ห้องพัก (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2566) ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเพื่อสำรวจการจัดการศักยภาพรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ค้นหารูปแบบการพัฒนานวัตกรรมบริการให้แก่ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจโรงแรมภายใต้แนวคิดนวัตกรรมบริการอีกทั้งสามารถเชื่อมโยงให้เห็นความเป็นไปได้ในการทำให้เกิดนวัตกรรมบริการที่มีมูลค่าสูงอย่างเชื่อมโยงและพร้อมส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาบริการในธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการได้อีกด้วย ผู้วิจัยจึงจะศึกษาร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใช้เพื่อเป็นฐานคิดในการออกแบบนวัตกรรมบริการ ในขณะที่โดยมรดกทางวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นทรัพยากรพื้นฐาน และเป็นสาระสำคัญหรือมีสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมบริการเพื่อส่งเสริมธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งโครงการวิจัยเรื่องนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ในส่วนการขับเคลื่อนการบริการมูลค่าสูง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การสร้างพัฒนาและยกระดับนวัตกรรมบริการสำหรับโรงแรม โดยนำรากฐานมรดกวัฒนธรรมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นหนึ่งในความโดดเด่นอันสร้างความสามารถทางการแข่งขันและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริการธุรกิจโรงแรม เพื่อเสนอเป็นแนวทางกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมด้วยนวัตกรรมและสามารถนำไปสู่ผลเชิงบวกทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนในการบริหารจัดการในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการจัดการนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพนวัตกรรมบริการบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อออกแบบแนวทางการยกระดับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยนี้เป็นวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยนี้จึงได้ดำเนินการยื่นขอ

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยเลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยคือ IRB-RUS-2565-043

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ จะเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวและพักรแรมโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างสำหรับเครื่องมือเชิงปริมาณ 1 กลุ่ม โดยในปี พ.ศ. 2565 ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2565 เป็นจำนวน 874,750 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) โดยใช้สูตรของ Taro Yamane คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ยามาเน่า (Taro Yamane) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน หมายเหตุในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งใจที่จะเก็บกลุ่มตัวอย่างให้ได้มากที่สุดเท่าที่ระยะเวลาจะอำนวยในระยะ 4 เดือน ผลพบว่าสามารถเก็บข้อมูลได้จริง จำนวน 409 คน

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม การจัดการประสบการณ์การบริการเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานการบริหารจัดการการบริการของผู้ประกอบการที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมบริการให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับเครื่องมือเชิงคุณภาพ 2 กลุ่ม รวมทั้งหมด 30 ท่าน ได้แก่

1.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวน 15 คน ที่มีประสบการณ์ในการบริหารและจัดการโรงแรมมาไม่น้อยกว่า 3 ปี

1.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ (Experts in the field) ที่มีความเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากหน่วยงานสภาวัฒนธรรมประจำอำเภอ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักวิชาการทางสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมจากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 15 ท่าน สำหรับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างนั้นในทางทฤษฎีแล้วจำนวนกลุ่มตัวอย่างของการทำสัมภาษณ์เชิงลึกที่ยอมรับได้ คืออย่างน้อย 7-21 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกและพิจารณาถึงงบประมาณ ระยะเวลาและพื้นที่แล้ว ถือว่าเป็นจำนวนที่เหนือกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Delbecq, A. L. et al., 1975)

3. การดำเนินงานเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะคำถามทั้งปลายเปิดและปลายปิด โดยแบบสอบถาม ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 รูปแบบนวัตกรรมบริการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม

เครื่องมือสำหรับวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เป็นหลักมีการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ ประสบการณ์ของนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม การสร้างความประทับใจ การรับรู้และความต้องการของนวัตกรรม และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมและทรัพยากรมรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่จับต้องได้และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่นำมาปรับใช้ในการสร้างนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อใช้อธิบายถึงเป้าหมายและจำนวนของเนื้อหา โดยเนื้อหาการ



สัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการจัดการการนวัตกรรมบริการที่ใช้ในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมอย่างไร จากนั้นจึงหาข้อสรุปที่เห็นได้อย่างชัดเจนและการใช้ Thematic analysis

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามหลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล และบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมประยุกต์หาค่าทางสถิติ ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

5.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร ในการกำหนดกรอบข้อคำถามตามโครงสร้าง และวิเคราะห์ประเด็นคำถามในส่วนแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

5.2 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและข้อเสนอแนะต่างๆ และนำมาวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์ค่า IOC และข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้ซึ่งนำผลที่ได้จากการได้ค่า IOC เท่ากับ 0.80

5.3 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ

5.4 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงและไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

5.5 จัดพิมพ์แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมการใช้และการจัดการนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน(n=409)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	178	43.50
	หญิง	231	56.50
เชื้อชาติ	อาเซียน	55	13.51
	เอเชีย	46	11.2
	ยุโรป	150	36.67
	อเมริกา	122	29.82
	แอฟริกา	36	8.8
การเดินทาง	เพื่อน	124	30.31
	คูรัก	25	6.11
	ครอบครัว	32	7.82
	บริษัททัวร์	60	14.66
	คนเดียว	168	41.07

ผลการสำรวจจากตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.50 เพศหญิง ร้อยละ 56.50 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรปและอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 36.67 และ 29.82 ตามลำดับ และพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางคนเดียวเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 41.07 อันดับที่ 2 คือ นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.31

ตารางที่ 2 พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว

พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน
สปา	97
ศูนย์ออกกำลังกาย	55
การประชุม ห้องประชุม	115
การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	90
บริษัททัวร์	10
สระว่ายน้ำ	35
ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม	12
การดูแลเด็ก	5
วัตถุประสงค์การใช้โปรแกรมออนไลน์ในระหว่างพักในโรงแรม	จำนวน
การค้นหา ดูแผนที่	124
การค้นหาrestaurant/service/hotel/information	236
การจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	124
การแปลภาษา การสื่อสาร	55
การสแกนข้อมูลข่าวสาร ระบบ QR Code	68
การชำระเงินผ่านระบบมือถือ	269
การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์	161

ผลการสำรวจตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อการประชุม และใช้ห้องประชุม มากเป็นอันดับต้น นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้งานโปรแกรมโทรศัพท์มือถือเพื่ออำนวยความสะดวกระหว่างเข้าพักในโรงแรม การชำระเงินผ่านระบบมือถือได้รับความนิยมมากขึ้น รองมาค้นหาร้านอาหาร/บริการ/โรงแรม/ข้อมูล 236 คน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีความใกล้เคียงกับการชำระเงิน การใช้การสแกนข้อมูลข่าวสาร ระบบ QR Code ได้รับความนิยมลดน้อยลง ซึ่งในปัจจุบันอาจจะหาข้อมูลมาตั้งแต่ก่อนเดินทางแล้ว

ตารางที่ 3 ผลการสำรวจชั่วโมงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว

ชั่วโมง/ Social Media	Facebook	Twitter	Instagram	TikTok	Line/Line@	Google+	Other	TOTAL
น้อยกว่า 8 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์	18.50%	36.10%	37.00%	35.40%	31.60%	1.68%	16.90%	24.60%
9-24 ชั่วโมงต่อ สัปดาห์	11.10%	47.00%	25.90%	25.00%	20.90%	23.12%	47.00%	46.00%
มากกว่า 24 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์	70.40%	16.90%	37.00%	39.60%	47.50%	75.20%	36.10%	29.40%
รวม	73.20%	10.40%	5.80%	68.00%	5.80%	28.90%	17.90%	100.00%

ผลสำรวจตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวมีการใช้งาน Application ประเภท Facebook มากกว่า 24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 70.40% และมีสัดส่วนในการใช้งานเป็นอันดับหนึ่ง ส่วน Application ประเภท TikTok คิดเป็นร้อยละ 68.00% เป็นอันดับที่ 2



ตารางที่ 4 ความต้องการนวัตกรรมบริการ

ความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.
การประยุกต์ปรับใช้นวัตกรรมบริการกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยเพื่อการบริการ	4.07	0.78
การนำเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ (AI), AR/VR, Hotel Robotics มาใช้ในโรงแรมและห้องพัก	4.04	0.79
นวัตกรรมบริการให้เกิดขึ้นในการบริการ open innovation, gamification, visual ที่นำมาปรับใช้ในห้องพัก	4.06	0.77
นวัตกรรมบริการในการต้อนรับและจัดบริการ	4.25	0.71
การออกแบบ value experience ให้กับนักท่องเที่ยว	3.90	0.82
นวัตกรรมที่สร้างการนันทนาการเกิดความเพลิดเพลิน	4.36	0.60

ผลสำรวจตารางที่ 4 ความต้องการนวัตกรรมบริการ โดยนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญการนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับสร้างการนันทนาการเกิดความเพลิดเพลิน เป็นอันดับที่ 1 ในส่วนของการต้อนรับ จัดบริการ เป็นอันดับสอง นวัตกรรมบริการให้เกิดขึ้นในการบริการในห้องพักเป็นอันดับสาม

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีหรือประโยชน์ของนวัตกรรมบริการ

ความคิดเห็น	\bar{x}	S.D.
นวัตกรรมช่วยในการพัฒนาประสบการณ์ใหม่ในโรงแรม	4.00	0.79
นวัตกรรมสามารถนำไปสู่การนำเสนอประสบการณ์เก่าด้วยรูปแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ	4.01	0.84
นวัตกรรมสร้างสิ่งดึงดูดใจใหม่	4.06	0.37
นวัตกรรมพัฒนาธุรกิจโรงแรมอย่างค่อยเป็นค่อยไป	4.05	0.80
นวัตกรรมสร้างการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ใหม่แบบทันทีทันใดในจุดหมายปลายทางเพื่อดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวใหม่เข้าสู่ธุรกิจโรงแรม	4.47	0.86
การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์	4.26	0.87
ความต้องการพัฒนาการจัดการบริหารความสัมพันธ์	4.37	0.82
การพัฒนาตราสินค้าบริการด้วยแนวคิดใหม่ๆ เช่น การสร้าง	4.21	0.76
ธีมของการบริการใหม่ๆ การสร้างความประทับใจ	4.25	0.86
แนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้บริการ	4.25	0.86
การบริการที่สร้างความประทับใจเหนือความคาดหมาย	4.55	0.56

ผลสำรวจตารางที่ 5 ผลสำรวจข้อดีหรือประโยชน์ของนวัตกรรมบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเป็นอันดับแรกคือ การบริการที่สร้างความประทับใจเหนือความคาดหมาย นวัตกรรมสร้างการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ใหม่และการพัฒนาการจัดการบริหารความสัมพันธ์ ตามลำดับ

ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวจำนวน 30 ท่าน ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพนวัตกรรมบริการบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ มรดกทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่านวัตกรรม เกี่ยวข้องโดยตรงกับเทคโนโลยี เห็นได้จากเมื่อถามถึงประเด็นการนำนวัตกรรมบริการมาปรับใช้ในองค์กร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะตอบคำถามเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมเป็นการนำเทคโนโลยี มัลติมีเดีย การพัฒนาการใช้



แอปพลิเคชันที่สามารถนำมาใช้ในกระบวนการบริการ การส่งมอบบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดแก่ตัวผู้รับบริการ เช่น ธุรกิจผู้จัดการประชุม การจัดงานแต่งงาน การนำนวัตกรรมมาใช้ในการเช็คอินล่วงหน้า การสแกนหน้าก่อนเข้าประชุมเพื่อเป็นการยืนยันตัวตนและสร้างความปลอดภัยในการจัดงานประชุม อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมบางท่านยังกล่าวว่า การเช็คอินเข้าร่วมงานแต่งงานประชุม เพื่อช่วยในการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้มีประสิทธิภาพเพียงพอโดยไม่มีคนนอกแอบเข้ามาร่วมงาน

ในส่วนข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ให้ความเห็นว่า นอกจากนวัตกรรมบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการยังมีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ในขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมแผนกส่วนหน้า กล่าวเพิ่มเติมและได้มองว่านวัตกรรมบริการ คือ โปรแกรมที่ช่วยจัดการระบบฐานข้อมูลลูกค้า เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาพัก หรือเข้ามาใช้บริการในแผนกอื่น เพื่อให้ทราบถึงความชอบและความไม่ชอบของลูกค้า ทำให้สามารถบริการและสื่อสารต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเด็นที่ 2 การจัดการนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมและการบริการ จากการสัมภาษณ์จากกิจกรรมที่ธุรกิจโรงแรมและการบริการกำลังดำเนินการเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ได้มีความเห็นสอดคล้องกันว่า เทคโนโลยีมีความจำเป็นน้อยกว่าการพัฒนาสินค้าและบริการที่มาจากประสบการณ์ชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ยังมีความเห็นในเรื่องของการจัดระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งในขณะนี้ธุรกิจโรงแรมกับหน่วยงานการท่องเที่ยวยังใช้อยู่ในแผนกบริการส่วนหน้า และหน่วยงานการท่องเที่ยวที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งความเห็นของผู้ประกอบการได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่า ถ้ามีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนได้จะสามารถทำให้พัฒนาการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงแรม 10 ท่าน ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่านอกจากระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่ยังมีความจำเป็นต้องใช้แล้วนั้น การจัดการโลจิสติกส์ ระบบการขนส่งลูกค้า ระบบการขนส่งวัตถุดิบอาหาร และเครื่องดื่มที่ใช้อยู่ เช่น ระบบเรียกบริการขนส่งให้นักท่องเที่ยว ระบบการสั่งสินค้าออนไลน์ ที่มีอยู่ยังมีความหลากหลายมากนักแต่ถ้าสามารถพัฒนาเพิ่มความหลากหลายในโปรแกรมและเมนูได้มากขึ้นจะสามารถส่งมอบบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 3 ความต้องการของนวัตกรรมบริการ ในความคิดของสถานประกอบการ พบว่านวัตกรรมผู้ประกอบการโรงแรมต่างให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่านวัตกรรมเทคโนโลยีที่นำมาใช้ต้องไม่ซับซ้อน การออกแบบให้ใช้งานง่าย เข้าถึงได้สะดวกโดยคนทุกกลุ่มวัย โดยเฉพาะกลุ่มวัยสูงอายุที่ต้องออกแบบนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เข้าใจและเข้าถึงง่าย อีกทั้งประหยัดต้นทุนสถานประกอบการได้และมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งความเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 3 แห่ง ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่านวัตกรรมสามารถนำไปสู่การนำเสนอประสบการณ์เก่าด้วยรูปแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น การออกแบบห้องพักที่ทำให้นึกถึงความทรงจำในวัยเด็ก การออกแบบอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น

ประเด็นที่ 4 ศักยภาพมรดกวัฒนธรรม ในส่วนข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวการประยุกต์ใช้เอกลักษณ์วัฒนธรรม

การนำวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการบริการ เช่น การนำวัฒนธรรมความเป็นถิ่นอายอารยธรรมอยุธยา มาจัดใช้ในการต้อนรับขับสู้ ในความคิดของสถานประกอบการธุรกิจโรงแรม กล่าวเพิ่มเติม การเสิร์ฟเครื่องดื่มในการต้อนรับที่ชุมชนไพรของท้องถิ่น เช่น น้ำขิง น้ำตะไคร้ น้ำเมล่อน ตาบลั้สลอด อำเภอลาดบัวหลวง เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการเสิร์ฟขนมไทยท้องถิ่นในอยุธยา เช่น ขนมต้ม ขนมสอดไส้ ขนมชั้น ขนมโรตีสายไหม ที่มีขายในตลาดท้องถิ่น เช่น ตลาดเจ้าพรหม ตลาดหัวรอ หรือ ตลาดน้ำ ในตัวเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ในความคิดเห็นธุรกิจโรงแรมบางส่วนได้เพิ่มเติมในประเด็นการจัดภูมิทัศน์บริการที่มีความเป็นไทย การจัดห้องพักที่มีลักษณะ

เหมือนเรือนไทย มีความโดดเด่นในศิลปะความเป็นไทย เช่น การใช้หมอนที่เป็นลักษณะภูมิปัญญาชาวบ้าน นำมาประดับตกแต่งในห้องพักหรือภายในโรงแรม ซึ่งมีอยู่หลากหลายชุมชน

การใช้วัตถุดิบหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำความรู้ภูมิปัญญาเรื่องการดูแลสุขภาพดั้งเดิมเพื่อให้เข้ากับสภาพตลาดปัจจุบัน แต่ยังคงรักษาแก่นสาระของภูมิปัญญาในอดีตกาล เช่น สปาที่นำเสนอการนวดแบบไทย อูธยาที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งความเห็นผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวกล่าวเพิ่มเติมว่า การมอบของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น เช่น มอบปลาตะเพียนสานเป็นของที่ระลึก การมอบเครื่องหอม สมุนไพรโบราณที่สามารถส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว หมอนสามเหลี่ยมที่มีความเป็นอัตลักษณ์ไทยโบราณ

ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยในส่วนนี้เป็นความคิดเห็นในการสร้างแนวทางการยกระดับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมบนรากฐานมรดกวัฒนธรรมในจังหวัด มีประเด็นในการสัมภาษณ์การเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการผสมผสานมรดกทางวัฒนธรรมนำมาใช้เป็นส่วนเสริมกับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบประเด็นที่กล่าวถึง

ประเด็นแรกการออกแบบนวัตกรรมบริการของความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้าน กับ ผู้มาเยี่ยมเยือน ซึ่งการบริการบางอย่างที่ผู้ประกอบการออกแบบนวัตกรรม ออกแบบกฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติที่เป็นรูปแบบสากล การออกแบบนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมต้องพยายามมองภาพรวมที่ไม่สร้างความขัดแย้งเพิ่มเติม เช่น ประเด็นละเอียดอ่อนเรื่องการเมือง เป็นต้น การพัฒนาระบบลูกค้าสัมพันธ์ การเชื่อมโยงระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยี่ยมเยือนที่แสดงถึงความเอาใจใส่ ตั้งแต่เดินทางจนถึงจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

ประเด็นที่สอง การสร้างประสบการณ์แห่งความทรงจำทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการโรงแรมได้กล่าวถึงความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ ภูมิทัศน์การบริการ (Servicescape) โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ที่สร้างความประหลาดใจเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่เคยได้สัมผัส ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศักยภาพทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และมีความเป็นมาตรฐาน

ประเด็นที่สามการบริการที่ส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (Identity Product) บริเวณโดยรอบธุรกิจโรงแรม เช่น การสนับสนุนอาหารร้านดังของคนในท้องถิ่นนำมาบริการภายในโรงแรม ร้านอาหารกับข้าวภายในชุมชน การสร้างการมีชื่อเสียงโดยการยกระดับธุรกิจท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม

ประเด็นที่สี่การยกระดับการจัดกิจกรรมผ่านเทศกาลและงานประเพณีสืบสานวัฒนธรรมในท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นข้างเคียง โดยนำไปสู่การจัดงานอีเว้นท์และเทศกาลโดยการออกแบบอย่างสร้างสรรค์และสามารถสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมได้เกิดการเรียนรู้และผ่อนคลายไม่ตึงเครียด การแลกเปลี่ยนนวัตกรรมบริการอย่างเป็นระบบสู่การสร้างรายได้ร่วมกัน การจัดกิจกรรมทางการเรียนรู้ในรูปแบบที่ทันสมัยบูรณาการโดยมีธุรกิจโรงแรมในการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์การเก็บแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรปและอเมริกา พบต่อไปว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางคนเดียวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นซึ่งใน การพัฒนานวัตกรรมบริการให้กับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะต้องเลือกจัดสรรธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจบริการส่งเสริมที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงและนำเสนอนวัตกรรมบริการที่ช่วยในการสร้างความทรงจำ จึงจะทำให้มีการเดินทางออกมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของงานวิจัยของ ญาณิพัชญ์ อาภรณ์แสงวิจิตร ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวเพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น โดยมีรูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อมาการประชุม ห้องประชุม ท่องเที่ยวในร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมี



ความต้องการนวัตกรรมบริการในการสร้างการันทนทางการ การต้อนรับและการบริการในห้องพัก เพื่อสร้างนวัตกรรมบริการที่สามารถสร้างความประทับใจเหนือความคาดหมาย (ญาณีพิชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร, 2561) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาในประเด็น นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม ของ Chathoth, Zhanjing Zeng., et al., ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง ในประเด็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมบริการซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการบริการสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบโจทย์ความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ (Chathoth, P. K., 2007); (Zhanjing Zeng., et al., 2020); (ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง, 2563)

จากการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจที่ส่งผลต่อการออกแบบ Service Innovation Platform in Hotel จะเห็นได้ถึงความนิยมในการใช้ Platform ในธุรกิจโรงแรม Facebook และ TikTok ซึ่งมีความสามารถในการเป็นสื่อสังคม ในการสร้างความทรงจำและสามารถเป็นช่องทางออนไลน์ในการเข้าถึงนวัตกรรมบริการในธุรกิจได้ สอดคล้องกับผลวิจัยของ นัธฐ์นัชชา สินเจริญเอกและวีระ วีระโสภณ การนำ Platform Facebook และ TikTok มาปรับใช้ในกระบวนการนวัตกรรมบริการในด้านกระบวนการให้บริการ อีกทั้งออกแบบนวัตกรรมมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความสะดวกในการเข้าถึง (นัธฐ์ นัชชาสินเจริญเอกและวีระ วีระโสภณ, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของไสรยา สุภาพล ได้กล่าวว่า นวัตกรรมบริการที่เน้นกระบวนการระบบความปลอดภัยเป็นปัจจัยในการตัดสินใจในการใช้บริการในธุรกิจโรงแรม (ไสรยา สุภาพล และลัดดาวัลย์ สำราญ, 2564); (อริยา พงษ์พานิชและฉล่องศรี พิมลสมพงศ์, 2563); (Marques, I. A. et al., 2022) ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการที่เลือกกิจกรรมการประชุม ห้องประชุม กิจกรรมสปา และกิจกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยค้นพบว่าเน้นไปในการนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับสร้างการันทนทางการเกิดความเพลิดเพลิน จากการศึกษาของ ฌภัทร ญาโนภาส พบว่า การนำมาพัฒนาระบบนวัตกรรมบริการให้ทันสมัยมีส่วนในการสร้างมาตรฐานของธุรกิจโรงแรมและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจสู่การเป็น Smarter Hotel (ฌภัทร ญาโนภาส, 2561)

จากผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ของความต้องการนวัตกรรมและศักยภาพของมรดกทางวัฒนธรรมที่นำมาผนวกบูรณาการในการออกแบบนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม และในส่วนตัวประสงคข้อที่ 2 โดยผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้และจากกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้กล่าวถึงความสำคัญของความหลากหลายของนวัตกรรมบริการ ผู้วิจัยได้นำไปสู่ข้อค้นพบประเด็นหลักสำคัญของความสัมพันธ์นวัตกรรมบริการกับมรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่

ประเด็นแรกในหัวข้อความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ มรดกทางวัฒนธรรม ความเข้าใจของผู้ประกอบการทางธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการได้เข้าใจสอดคล้องกันว่าการใช้นวัตกรรมบริการเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการออกแบบการบริการ เพื่อให้เกิดที่จะช่วยส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานการบริการลูกค้า ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน ชฎิล มาตรา ในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดของแก่น (ชฎิล มาตรา, 2562) พบว่านวัตกรรมบริการจะมีส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ทั้งในส่วนของห้องพักและบริเวณพื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งในส่วนของ การนำนวัตกรรมบริการมาปรับใช้นั้น (Verma., et al., 2008); (Vargo, S. L. et al., 2015); (ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง, 2563) ในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรมทั้งสอดคล้องในประเด็นนวัตกรรมบริการต้องนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ (ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง, 2563) ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ในส่วนของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวยังมีความเข้าใจนวัตกรรมบริการจะต้องมีเทคโนโลยีนำเสมอ ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้จะมีส่วนในการขับเคลื่อนการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Robot , Blockchain AR and VR สอดคล้องกับผลงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมการขับเคลื่อนของเทคโนโลยีนวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ (Park H, Lee., et al, 2023); (Lee, P. et al., 2020)

ประเด็นที่สองการจัดการนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมและการบริการ จากผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรม และการบริการที่จะเน้นในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแต่ยังไม่ละทิ้งในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในห่วงโซ่การบริการไม่ว่าจะเป็นสอดคล้องกับผลวิจัยของ Hjalager ที่ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมของสินค้าและบริการที่อยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์รักษาความเดิมแท้ (authenticity) โดยการพัฒนานวัตกรรมกับทรัพยากรที่เกี่ยวกับมรดกภูมิปัญญา อาจไปใช้วิธีออกแบบนวัตกรรมแบบอื่น ๆ ที่ไม่ได้ผลิตสิ่งใหม่มาแทน แต่เน้นที่การปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือสร้างหรือคิดขึ้นมาใหม่ (Hjalager, A. M., 2010)

ประเด็นที่สามความต้องการของนวัตกรรมบริการ ซึ่งสถานประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีความต้องการเทคโนโลยีที่ไม่มีความซับซ้อนทั้งผู้ใช้งานและผู้รับบริการอีกทั้งยังต้องเข้าถึงง่าย สอดคล้องกับผลวิจัยในประเด็นการนำเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการด้วยตนเองมีส่วนช่วยและเป็นหนทางในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสบการณ์ให้กับผู้รับบริการ (Shiwen, L. et al., 2022) อีกทั้งนวัตกรรม แอปพลิเคชันเทคโนโลยีต่าง ๆ ต้องให้ความสะดวก รวดเร็ว เพื่อใช้ในการวางแผนเพื่อการเดินทางของผู้ให้บริการ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้ทุกระดับ ทุกกลุ่มวัยของนักท่องเที่ยว (วิระพน ภาณุรักษ์, 2559)

ประเด็นสุดท้ายศึกษภาพมรดกวัฒนธรรม โดยการนำมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาใช้เป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของกระบวนการบริการ โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการนำความดั้งเดิมแท้และความเป็นท้องถิ่นมาปรับใช้ซึ่งสอดคล้องดังเช่นการศึกษาแนวคิด Retro marketing (Brown, 1999) การนำเสนอภาพลักษณ์ในอดีต หรือประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ออกมานำเสนอรูปแบบกระบวนการใหม่เพื่อเชื่อมโยงถึงคุณภาพที่ดีของสินค้าและการบริการมีส่วนช่วยในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบนวัตกรรมบริการ ซึ่งมีแนวคิดในการนำรากฐานมรดกวัฒนธรรมผ่านนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม เรียกว่ารูปแบบ 4RES ซึ่งประกอบด้วย

1. นวัตกรรมบริการเชิงสัมพันธ์ (Relation Service Innovation) โดยเป็นการออกแบบนวัตกรรมบริหารความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้าน กับ ผู้มาเยี่ยมเยือนการออกแบบนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับผลวิจัยในประเด็นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการรับฟังความคิดเห็นการบริหารการสื่อสารระหว่างกันจะช่วยสร้างความเข้าใจจะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม (ถนอมศิลป์ จันคนากิติกุลและนิศารัตน์ โชติเชย, 2565); (Rajagukguk., et al, 2023)

2. นวัตกรรมบริการแห่งความทรงจำ (Remembrance Service Innovation) การสร้างประสบการณ์แห่งความทรงจำทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ที่สร้างความประหลาดใจเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่เคยได้สัมผัส สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวรุ่ง พัททอง ได้กล่าวในประเด็นการภูมิทัศน์ประสบการณ์ ภูมิทัศน์การบริการให้มีบรรยากาศเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและเฉพาะเจาะจงให้กับผู้บริโภคที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์ที่ไม่ธรรมดาและน่าจดจำ (ดาวรุ่ง พัททองและคณะ, 2565); (Pine, B. J. et al., 1999) ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีศักยภาพทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เช่น สำหรับอาหารโบราณสำหรับขนมหวานโบราณ การสร้างภูมิทัศน์การบริการ การจัดสถานที่ที่ย้อนอดีตวันหวานความเป็นอดีตเมืองหลวงเก่า ซึ่งนำสิ่งดังกล่าวเข้ามาจำลองภายในธุรกิจโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มในตอนเช้าที่เน้นอาหารท้องถิ่นภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังเช่น อาหารท้องถิ่นจากตลาดหัวรอ ตลาดเจ้าพรหม ซึ่งเป็นแหล่งตลาดเก่าภายในจังหวัด

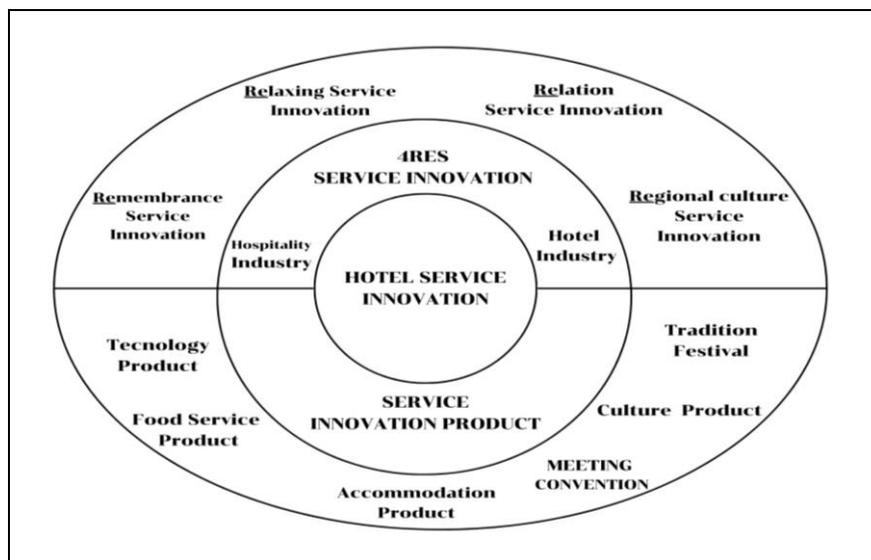


3. นวัตกรรมบริการวัฒนธรรมท้องถิ่น (Regional culture Service Innovation) เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจภายในชุมชนท้องถิ่นหรือบริเวณโดยรอบธุรกิจโรงแรม เช่น การตกแต่งโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิเช่น เครื่องจักรสานที่กระจายอยู่ในอำเภอบางปะหัน อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งบางส่วนเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมสร้างการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างการมีชื่อเสียงโดยการยกระดับธุรกิจท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม

4. นวัตกรรมบริการผ่อนคลาย (Relaxing Service Innovation) เป็นการยกระดับการจัดกิจกรรมผ่านเทศกาลและงานประเพณีสืบสานวัฒนธรรมในท้องถิ่น ภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นข้างเคียง โดยนำไปสู่การจัดอีเวนต์อย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลวิจัยของตรีวัฒน์ มีสมศักดิ์ ที่กล่าวไว้ว่า ทูตทางวัฒนธรรมโดยสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นโบราณสถานที่มีอยู่ เช่น การจัดกิจกรรมแต่งชุดไทยร่วมกับวัดไชยวัฒนาราม การจัดกิจกรรมตลาดโบราณภายในโรงแรมโดยกรูแบบตลาดน้ำเป็นรูปแบบในการจัดงาน การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนสำนักดาบและมวยไทยพุทธโสธรสวรัยแห่งกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นกิจกรรมเรียนรู้กีฬามวยไทย ซึ่งเป็นการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ศาสนา (ตรีวัฒน์ มีสมศักดิ์, 2566); (Boo, S., & Busser, J. A., 2018) โดยนำมาผ่านกระบวนการสื่อความหมายเพื่อสร้างความทรงจำและความเพลิดเพลินผ่อนคลายในการเรียนรู้

องค์ความรู้ใหม่

4RES MODEL เป็นแนวทางในการยกระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรม



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่แนวทางในการยกระดับนวัตกรรมบริการธุรกิจโรงแรม

การวิจัยครั้งนี้พบว่าได้ศึกษาแนวทางในการยกระดับนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรม ซึ่งมีองค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) นวัตกรรมบริการเชิงสัมพันธ์ (Relation Service Innovation) 2. นวัตกรรมบริการแห่งความทรงจำ (Remembrance Service Innovation) 3. นวัตกรรมบริการวัฒนธรรมท้องถิ่น (Regional culture Service Innovation) 4. นวัตกรรมบริการผ่อนคลาย (Relaxing Service Innovation) โดยพบว่าองค์ประกอบดังกล่าวจะนำไปสู่การพัฒนาบริการของผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี การบริการอาหาร ผลิตภัณฑ์สิ่งอำนวยความสะดวกในธุรกิจโรงแรม

การจัดการประชุมสัมมนา ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และการจัดงานเทศกาลประเพณี เพื่อนำไปสู่ในการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้กับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สรุปและข้อเสนอแนะ

ธุรกิจโรงแรมต้องมีความจำเป็นในการสร้างความแตกต่างด้านรูปแบบการบริการ รูปแบบการสร้างประสบการณ์ จากผลการศึกษาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและออกแบบระบบการจัดการนวัตกรรมการบริการบูรณาการเข้ากับรากฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ของชุมชนท้องถิ่น โดยผลของการศึกษาทำให้ทราบว่าความเข้าใจนวัตกรรมการบริการผู้ประกอบการยังมีความเข้าใจว่าเป็นการนำเทคโนโลยีที่ต้องลงทุนสูงมาใช้ ซึ่งผลวิจัยในครั้งนี้ได้มีการแลกเปลี่ยนจนเป็นที่ตกผลึกและเข้าใจตรงกันในมุมมองของนวัตกรรมการบริการกับธุรกิจโรงแรมที่ต้องมีการปรับโดยใช้รากฐานทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดขาย อีกทั้งได้เข้าถึงรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับการใช้นวัตกรรมการบริการซึ่งพฤติกรรมมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบมาประชุมสัมมนา และเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆผ่านการใช้นวัตกรรมการบริการต่างๆ การพัฒนาภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับทุนทางวัฒนธรรมของสถานที่ตั้งและได้แนวทางรูปแบบ 4RES เป็นรูปแบบแนวทางการยกระดับนวัตกรรมการบริการในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ 1) นวัตกรรมการบริการเชิงสัมพันธ์ 2) นวัตกรรมการบริการแห่งความทรงจำ 3) นวัตกรรมการบริการวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) นวัตกรรมการบริการผ่อนคลาย ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์โดยการนำรูปแบบนวัตกรรมการบริการไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดึงดูดใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้ 1) ควรศึกษาเปรียบเทียบการออกแบบนวัตกรรมการบริการที่แสนพิเศษของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมของประเทศไทยกับธุรกิจโรงแรมของประเทศอื่น ๆ ในแถบใกล้เคียงกัน 2) ควรมีการศึกษามาตรฐานคุณภาพการบริการและคุณค่าการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมตามแนวทางนวัตกรรมการบริการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งภายใต้แผนงานทุนวิจัยตามยุทธศาสตร์จากสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- โสธยา สุภาพผล และลัดดาวัลย์ สำราญ. (2564). ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 16(1), 103-118.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565 (Domestic Tourism Statistics Classify by region and province 2023). เรียกใช้เมื่อ 20 มิถุนายน 2565 จาก <https://mots.go.th/news/category/657>
- ชฎิล มาตรา. (2562). นวัตกรรมบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดขอนแก่น. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ญาณิพัชญ์ อารมณ์แสงวิจิตร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของสตรี (Solo Female Travel) ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. ใน การค้นคว้า อีสาระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ณภัทร ญาโนภาส. (2561). นวัตกรรมการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ กาญจนบุรี, 7(2), 148-157.
- ดาวรุ่ง พัททองและคณะ. (2565). การสร้างความทรงจำด้วยการจัดการภูมิทัศน์ประสบการณ์สำหรับธุรกิจโรงแรม. University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences, 42(4), 171-189.
- ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และชงศ์สุดา โตท่าโรง. (2563). นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ, 8(1), 68 -70.
- ตรีธวัชณ์ มีสมศักดิ์. (2566). การปรับตัวในการจัดงานอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 กรณีศึกษา: กิจกรรมงานรำลึกสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 17(1), 245-266.
- ถนอมศิลป์ จันคณาภิตกุลและนิศารัตน์ โชติเชย. (2565). รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความอยู่อย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 10(7), 2961-2975.
- นัธฐ์ นัชชาสินเจริญเอกและวีระ วีระโสภณ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยานเอวราช. ใน รายงานการประชุม Graduate School Conference (หน้า (Vol. 5, No. 1, pp. 483-490)). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วีรวลัย ปิ่นชุมพลแสง และกอบกุล จันทรโคติกา. (2561). การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรม และรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก. RMUTT Global Business and Economics Review, 13(2), 35-50.
- วีระพน ภาณุรักษ์. (2559). การพัฒนาระบบสารสนเทศที่ส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM เพื่อการวิจัยและบริการวิชาการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. วารสารโครงการนวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 4(2), 17-26.
- สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2566). รายงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2566 (อินเทอร์เน็ต). เรียกใช้เมื่อ 2 มกราคม 2566 จาก <https://anyflip.com/cikge/rrgb>
- อริยา พงษ์พานิชและฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2563). การพัฒนาการออกแบบอารยบริการสำหรับ นักท่องเที่ยวสูงอายุในแผนงานหลักของที่พักแรม. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(6), 2283-2298.
- Boo, S., & Busser, J. A. (2018). Tourists' hotel event experience and satisfaction: an integrative approach. Journal of Travel & Tourism Marketing, 35(7), 895-908.
- Brown. (1999). Retro-marketing: yesterday's tomorrows. today! Marketing Intelligence & Planning, 17(7), 363-376. doi: doi:10.1108/02634509910301098.
- Bunrangsee, P., & Pasunon, P. (2018). Factors affecting hotel selection of Thai tourists In Bangkok. Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University, 12(29), 193-205.
- Chathoth, P. K. (2007). The impact of information technology on hotel operations, service management and transaction costs: A conceptual framework for full-service hotel firms. International Journal of Hospitality Management, 26(2), 395-408.
- Damanpour, F. (1996). Organizational Complexity and Innovation Developing and Testing Multiple Contingency Models. Management Science, 42(1996), 693-716.
- Delbecq, A. L. et al. (1975). Group techniques for program Planning: A guide to nominal group and Delphi processes. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.

- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, 31(1), 1-12.
- Lee, P. et al. (2020). Smart tourism city: Development and transformations. *Sustainability*, 12, 3958; doi:10.3390/su12103958.
- Marques, I. A. et al. (2022). Hotel Technology Innovations as Drivers of Safety and Hygiene in Hotel Customers In *Advances in Tourism, Technology and Systems: Selected Papers from ICOTTS 2021, Volume 2* (pp. 571-583). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Park H, Lee., et al. (2023). National trends in sleep sufficiency and sleep time among adolescents, including the late-COVID-19 pandemic, 2009-2022: A nationally representative serial study in South Korea. *Asian Journal of Psychiatry*, 93(2023), 103911.
- Pine, B. J. et al. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Rajagukguk., et al. (2023). Oxidativestability assessment of industrial and laboratory-pressed fresh raspberry seed oil. *Food Chemistry Advances*, 2(2023), 100186.
- Shiwen, L. et al. (2022). Self-service technology in the hospitality and tourism settings: a critical review of the literature. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(6), 1220-1236.
- Tohmo, T. (2018). The economic impact of tourism in Central Finland: a regional input-outputstudy. *Tourism Review*, 73(4), 521-547.
- Tubtimcharoon, N. (2018). THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF THE BUSINESS OF SMALL HOTELS IN DIGITAL ECONOMY AGE IN THAILAND. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 18(2), 42-54.
- Vargo, S. L. et al. (2015). Innovation through institutionalization: A service ecosystems perspective. *Industrial Marketing Management*, 44(2015), 63-72.
- Verma., et al. (2008). Current and future status of herbal medicine. *Veterinary World*, 2(2), 347.
- Wolfe, R.A. (1994). 'Organizational innovation: review, critique and suggested research directions'. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405-431.
- Zhanjing Zeng., et al. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies*, 22(1), 1-11.