



คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



โดย
นายศรายุทธ มณีรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

THE CHARACTERISTICS OF INNOVATION IN HOSTEL BUSINESS IN HUA HIN
DISTRICT, PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2022
Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในเขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
โดย	นายศรายุทธ มณีรัตน์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (ผู้รักษาการแทน)
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรติชัย)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์)
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล)
.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(อาจารย์ ดร. อธิป จันทร์สุริย์)

631220037 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา
มหาบัณฑิต

คำสำคัญ : นวัตกรรม, ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นาย ศราวุธ มณีรัตน์: คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในเขต
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระ
ชานนท์ ทวีผล

ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นธุรกิจที่พิกขนาดเล็กทางเลือกใหม่ ที่จับกลุ่มเป้าหมาย
ด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และพฤติกรรม
ของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักที่ลดลง ธุรกิจโรงแรม
ประเภทโฮสเทลจึงต้องมีการปรับตัวและพัฒนา นวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของ
ผู้รับบริการ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ(1) ศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภท
โฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) ศึกษาระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน
ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยแบบ
ผสมผสาน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล จำนวน 8 คน
จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับผู้รับบริการที่มีประสบการณ์การเข้าพักธุรกิจ
โรงแรมประเภทโฮสเทล จำนวน 160 คน โดยคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรม G* POWER

ผลการศึกษาพบว่า (1) คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขต
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 คุณสมบัติของสินค้าและ
บริการ ด้านที่ 2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ ด้านที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านที่ 4 การเข้าถึงผู้รับบริการ
และความปลอดภัย ด้านที่ 5 บริการเสริม ด้านที่ 6 รูปแบบของรายได้และกำไร ด้านที่ 7 การจัดการ
ภายในองค์กร และ ด้านที่ 8 พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ (2) ระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 8
ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากตัวแปรทั้ง 8 ด้าน พบว่า ด้านคุณสมบัติของ
สินค้าและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก
ที่สุด ด้านการสร้างภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย
อยู่ในระดับมาก ด้านบริการเสริม อยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร อยู่ในระดับมาก
ด้านการจัดการภายในองค์กร อยู่ในระดับมาก และ ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ อยู่ในระดับมาก
ตามลำดับผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้พัฒนาคุณลักษณะของนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน
การบริการและการจัดการของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล



631220037 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Keyword : Innovation Hostel Business Competitive advantage

MR. SARAYUTH MANEERATANA : THE CHARACTERISTICS OF INNOVATION IN
HOSTEL BUSINESS IN HUA HIN DISTRICT, PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE. THESIS
ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR RACHANON TAWEEPHOL

Hostel business, an alternative small-sized lodging business, attracts the target customers with affordable charge. However, the business has been as hard hit by the outbreak of novel coronavirus (COVID-19), which has led to rapid changes in the travel behaviour of the target customers and subsequently, dipped the occupancy rate. As a result, hostels need to adjust their operations and unleash their innovations in order to keep up with the changing behaviour of their customers. The objectives of this study were (1) to study the business innovation characteristics of the hostel business in Hua Hin district, Prachuap Khiri Khan Province; and (2) to study the level of business innovation of the aforementioned hostel business. The study used mixed methods research, with the in-depth interviews of hostel entrepreneurs (N=8) and the post-stay customer experience questionnaires of the hostel customers (N=160); the sample size of which was calculated by G*Power.

The results of this study revealed eight business innovation characteristics of the hostel business, including the features of product and service; the business ecosystem; the image building; the access to service recipients and security; the hostel ancillary services; the form of revenue and profit; the internal management and the partnership and business network. The result of this study indicates high level across all business innovation characteristics, with the highest level in the survey of the features of product and service; the business ecosystem and the image building; and the high level in the survey of the access to service recipients and security; the hostel ancillary services; the form of revenue and profit; the internal management and the partnership and business network. Furthermore, the results obtained in this study can contribute to further development of service management and operations in the hostel business.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ให้การสนับสนุนมอบคำแนะนำและแนวคิดตั้งแต่กระบวนการแรกของงานวิจัยจนบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา รวมถึง อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร. อธิป จันทรสุรีย์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะกับวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในฐานะผู้วิจัยข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกท่านในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณีนีรัตน์ สุขเกษม และ อาจารย์ ดร.นุชนนทร กาฬสมุทร ที่ให้เกียรติในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามเพื่อความสะดวกของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ รวมถึงคณาจารย์ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ให้คำแนะนำและแนวทางการเขียนวิทยานิพนธ์ ตลอดจนครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่เป็นผู้สนับสนุนผลักดันและเป็นที่กำลังใจในทุก ๆ ขั้นตอน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะเกิดประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้และพัฒนาธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล รวมถึงธุรกิจที่พกอื่นๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการธุรกิจโรงแรมของประเทศไทย

นาย ศราวุธ มณีนีรัตน์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
3. คำถามในงานวิจัย.....	4
4. ขอบเขตงานวิจัยงานวิจัย.....	4
5. ประโยชน์ที่ได้รับ	6
6. นิยามคำศัพท์.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	9
1. นวัตกรรม	9
2. การจัดการธุรกิจโฮสเทล.....	15
3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	43
1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	43
1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	44

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผล.....	44
1.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ	45
2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	48
2.4 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือ	48
2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	95
สรุปผลการศึกษา	95
อภิปรายผลการศึกษา	102
ข้อเสนอแนะ	113
รายการอ้างอิง.....	116
ภาคผนวก	126
ภาคผนวก ก.....	127
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล.....	127
ภาคผนวก ข.....	137
หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย.....	137
ภาคผนวก ค.....	141
แบบสัมภาษณ์.....	141
ภาคผนวก ง	145
แบบสอบถาม	145
ภาคผนวก จ.....	154

ภาคผนวก ฉ.....	164
ภาพบรรยากาศธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล	164
ประวัติผู้เขียน	169



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ตัวแปรอิสระ	41
ตารางที่ 2 แสดงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถาม	47
ตารางที่ 3 การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค.....	49
ตารางที่ 4 การกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนตามระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ตารางที่ 5 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก	52
ตารางที่ 6 ตารางสังเคราะห์คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล จากการ สัมภาษณ์	74
ตารางที่ 7 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ.....	80
ตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ	80
ตารางที่ 9 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพสมรส	81
ตารางที่ 10 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านศาสนา.....	81
ตารางที่ 11 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา.....	82
ตารางที่ 12 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภูมิลำเนา.....	82
ตารางที่ 13 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ	83
ตารางที่ 14 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	83
ตารางที่ 15 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ด้านวัตถุประสงค์การเข้าพัก.....	84
ตารางที่ 16 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ด้านจำนวนวันพัก.....	84
ตารางที่ 17 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง	85

ตารางที่ 18 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์	86
ตารางที่ 19 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านวิธีการสำรองห้องพัก	86
ตารางที่ 20 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านประเภทห้องพัก.....	87
ตารางที่ 21 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านอัตราค่าบริการ.....	87
ตารางที่ 22 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ..	88
ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ	89
ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการสร้างภาพลักษณ์.....	90
ตารางที่ 25 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย.....	90
ตารางที่ 26 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการเสริม	91
ตารางที่ 27 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร.....	92
ตารางที่ 28 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการจัดการภายในองค์กร	93
ตารางที่ 29 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ.....	94

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel).....	165
ภาพที่ 2 เดอะ ไบค์ ลอฟต์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel).....	165
ภาพที่ 3 หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel).....	166
ภาพที่ 4 เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin).....	166
ภาพที่ 5 โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel).....	167
ภาพที่ 6 เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin).....	167
ภาพที่ 7 คอสตาเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin)	168
ภาพที่ 8 ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe).....	168



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการบริการเป็นการรวบรวมทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมกระบวนการทางธุรกิจ นำไปสู่การสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศไทย ซึ่งระบบเศรษฐกิจยังมีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากการพึ่งพาทางกิจกรรมการท่องเที่ยว (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) สำหรับธุรกิจโรงแรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เกิดการใช้สอยระหว่างการเดินทางจากจุดเริ่มต้น ไปสิ้นสุดที่ปลายทางนั่นก็คือ การพักแรมค้างคืนในธุรกิจโรงแรม อีกทั้งยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่แหล่งชุมชนในแต่ละภูมิภาคอีกด้วย ในขณะเดียวกันการเติบโตของอุตสาหกรรมการบริการก่อให้เกิดการสร้างอาชีพในส่วนหนึ่งของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการบิน ภัตตาคาร เรือสำราญ บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง การจัดงานประชุม ฯลฯ ที่ผ่านมามหาอุตสาหกรรมการบริการยังคงเป็นเสาหลักด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิต ต่อมาเมื่อประมาณช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (COVID-19) จากนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยช่วงประมาณต้นปี พ.ศ. 2563 เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก ทำให้เกิดการหยุดชะงักด้วยมาตรการปิดการเข้า-ออกที่วาระอาณาจักร เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ธุรกิจโรงแรมต้องปรับลดอัตราค่าห้องพัก เพื่อรักษาต้นทุนหรือแม้กระทั่งภาคประชาชนในฐานะนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตไปจนกว่าการแพร่ระบาดจะสิ้นสุดลง หรือจนกว่าจะมีวัคซีนที่มีประสิทธิภาพในการยับยั้งป้องกันโรคร้าย โดยคาดหวังอุตสาหกรรมการบริการจะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งนับจากปี พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป (สิริทิพย์ ฉลอม, 2563)

บทบาทสำคัญของธุรกิจโรงแรมเป็นสถานบริการ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งพำนักชั่วคราวสำหรับผู้รับบริการเดินทางมาจากต่างพื้นที่ โดยจะมีการเรียกเก็บค่าตอบแทนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ต่อมาเมื่อรูปแบบของที่พักมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มผู้รับบริการ ที่มีพฤติกรรมและรสนิยม เช่น โรงแรม รีสอร์ท วิลล่า บังกะโล ลอร์จ โฮมสเตย์ เกสต์ เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ โมเทล โฮสเทล เป็นต้น โดยจะมีเงื่อนไขของราคาแตกต่างกันไปตามสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ (เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์, 2563) ในขณะเดียวกัน

การเดินทางท่องเที่ยวด้วยงบประมาณที่จำกัด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมที่มีอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนักของกลุ่มแบ็คแพ็คกิ้ง (Backpacking) ซึ่งธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) เป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวเลือกขนาดย่อมที่มีจุดเด่นด้านราคาที่ย่อมเยา รวมทั้งยังเปรียบเสมือนสถานที่พบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ พร้อมกับเรียนรู้การใช้ชีวิตกับผู้อื่นภายในห้องและพื้นที่ส่วนกลาง โดยจะมีข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและจำนวนพนักงาน หรือแม้กระทั่งห้องพักแต่ละประเภทยังมีความแตกต่างกันในด้านการออกแบบกับธุรกิจโรงแรมประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ ความสำเร็จในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ยังบ่งบอกได้ถึงความสำเร็จด้านการให้บริการที่เป็นกันเองแบบครอบครัว ประกอบกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีความปลอดภัย มีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนเดินทางสะดวก และใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมรูปแบบใหม่เพื่อนำมาแก้ไขการบริการให้เกิดความประทับใจ (ชลธิชา อินอุ้นโชติ, จินดารัตน์ ปิณณิ, และ คมกริช วงศ์แซ, 2560)

ในขณะที่การสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของธุรกิจตั้งแต่กระบวนการตลาด การผลิต และการบริการ โดยการนำทักษะความรู้ พร้อมกับความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 1990) อีกทั้งความสามารถทางนวัตกรรมจะถูกนำมาใช้ในการแก้ข้อบกพร่องของกระบวนการสร้างสินค้าและบริการใหม่ที่เป็นการเปิดรับความท้าทายของคู่แข่ง (Nybakk, Crespell, Hanson, & Lunnan, 2009) นอกจากนี้ นวัตกรรมยังเป็นแนวคิดที่ไม่หยุดนิ่งไม่จำกัดการเปลี่ยนแปลงสามารถนำมาประยุกต์เข้ากับธุรกิจโรงแรมที่มีขั้นตอนการบริการที่ซับซ้อน ในขณะเดียวกันนวัตกรรมยังเป็นการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาอำนวยความสะดวก ช่วยลดระยะเวลาการคอยของผู้รับบริการให้สั้นลง (Den Hertog & Bilderbeek, 1999) โดยที่ธุรกิจโรงแรมได้นำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการสร้างแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้รับบริการ อีกทั้งยังลดช่องว่างความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับตัวโรงแรม รวมทั้งกลุ่มพนักงานยังสามารถรับรู้และเข้าถึงความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วที่จะนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ (Díaz & Duque, 2021) ดังนั้นนวัตกรรมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสแก่ผู้ประกอบการและยังเป็นการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากลที่มีจำนวนคู่แข่งและกลุ่มผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก

ถึงแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางรัฐบาลมีมาตรการเฝ้าระวังความปลอดภัยของทุกภาคส่วนเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยส่งเสริมให้ประชาชนเรียนรู้แนวทางการดำเนินชีวิตในรูปแบบวิถีปกติใหม่ (New normal) โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เปิดโครงการหัวหินเมืองแห่งความสุข เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ในขณะที่เมืองหัวหินได้รับการยกระดับเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา

ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่าประมาณ 7.2 ล้านคน เป็นชาวไทยประมาณ 6 ล้านคน และเป็นชาวต่างประเทศประมาณ 1.2 ล้านคน (สยามรัฐออนไลน์, 2563) อย่างไรก็ตามภูมิทัศน์ของอำเภอหัวหินที่มีภูมิประเทศเป็นเมืองชายฝั่งทะเลตะวันออกขนาดเล็ก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ที่จะเป็นส่วนช่วยสนับสนุนเมืองหัวหินให้มีความคึกคักอีกครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าในเขตอำเภอหัวหินมีธุรกิจโรงแรมอีกจำนวนมาก โดยเฉพาะประเภทโฮสเทลที่ได้รับความนิยมจากผู้รับบริการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งในเขตอำเภอหัวหินมีกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายจำนวน 10 แห่ง พร้อมกับการนำเสนอจุดเด่นด้านการตกแต่งในแบบเฉพาะตัวตามห้องพักประเภทต่าง ๆ ทั้งในประเภทห้องพักเดี่ยวสำหรับผู้รับบริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และประเภทห้องพักพร้อมสำหรับกลุ่มผู้รับบริการที่ต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ และสร้างสัมพันธภาพใหม่กับกลุ่มผู้รับบริการคนอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในขณะเดียวกันกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลนำแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมใช้เป็นกลไกในการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างร่วมสมัย (ระชานนท์ ทวีผล, 2563)

ยิ่งไปกว่านั้นยังช่วยลดความซับซ้อนของการจัดการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการที่หลากหลายต้องการ อีกทั้งนวัตกรรมได้ถูกใช้เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางชุมชนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนจากการเดินทางมาท่องเที่ยว (Gelbman, 2021) ในขณะที่ยังกระตุ้นใจการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกในบางภูมิภาค อาทิ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นผลมาจากการส่งเสริมนวัตกรรมบริการ เพื่อพัฒนาและสร้างความหลากหลายในการอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มผู้รับบริการ (ปฐมพร ศรีมณี, 2561) โดยงานวิจัยที่เกี่ยวกับนวัตกรรมในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลยังไม่มีในเขตอำเภอหัวหิน จึงมีความท้าทายต่อการศึกษานวัตกรรมในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลสำหรับเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

จะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงแรมนับว่าเป็นหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมบริการที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นสู่ระดับภูมิภาค โดยเฉพาะเขตอำเภอหัวหินที่เป็นจุดหมายปลายทางยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มีธุรกิจโรงแรมที่คอยรับรองผู้รับบริการหลากหลายเป็นจำนวนมากซึ่งธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นธุรกิจที่พักขนาดเล็กทางเลือกใหม่ ที่จับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว ด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก ภายใต้แนวคิดการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกับผู้ร่วมที่จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้รับบริการรายอื่น ๆ ในขณะที่ยังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักที่ลดลง แม้กระทั่งการหลีกเลี่ยงการสัมผัสสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ส่วนกลาง กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลจะต้องวิเคราะห์เทคนิคการแข่งขันด้วยวิธีการตัดราคา การปรับเปลี่ยนทิศทางของธุรกิจด้วยกลยุทธ์การสร้าง ความ

แตกต่าง ที่สามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้มีความแปลกใหม่ด้วยการสร้างนวัตกรรม เพื่อกระตุ้นความสนใจแก่ผู้รับบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยไม่มีการจำกัดกรอบแนวความคิดการดำเนินธุรกิจ จึงเป็นที่มาในการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เพื่อการยกระดับประสิทธิภาพการจัดการบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมประเภทโฮสเทล อีกทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดในกระบวนการให้บริการและเป็นแนวทางที่จะช่วยลดข้อร้องเรียนจากผู้รับบริการได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. คำถามในงานวิจัย

- 3.1 ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีคุณลักษณะของนวัตกรรมแต่ละด้านอย่างไร ได้แก่ ด้านที่ 1 คุณสมบัติของสินค้าและบริการ ด้านที่ 2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ ด้านที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านที่ 4 การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ด้านที่ 5 บริการเสริม ด้านที่ 6 รูปแบบของรายได้และกำไร ด้านที่ 7 การจัดการภายในองค์กร และ ด้านที่ 8 พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ
- 3.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นอย่างไร
- 3.3 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลแต่ละด้านมีระดับความสำคัญเท่าไร

4. ขอบเขตงานวิจัยงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง แนวทางการกำหนดคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยกำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการศึกษาภายใต้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญตามลำดับ ได้แก่ นวัตกรรม การจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

4.2 ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากผู้ประกอบการในธุรกิจโฮสเทล จำนวน 8 คน แห่งละ 1 คน เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโฮสเทล ในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการชาวไทยในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาศักยภาพระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 160 คน

4.3 ขอบเขตด้านสถานที่

ผู้วิจัยคัดเลือกสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายของราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ว่าด้วยธุรกิจโรงแรมเป็นสถานที่ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักแรมชั่วคราวจากผู้รับบริการต่างถิ่น และมีการเรียกเก็บค่าตอบแทนในการเข้าใช้บริการ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ (1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) (2) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) (3) เจนนีโฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) (4) คอสตาเบตหัวหิน (Costa Bed Hua Hin) (5) เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) (6) เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel) (7)ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe) และ (8) โรว์ เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel)

4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน จากเดือนพฤศจิกายน 2563 – กรกฎาคม 2565 ตั้งแต่กระบวนการกำหนดประเด็นปัญหาจากการวิจัย การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผล การสรุป และรายงานผล

5. ประโยชน์ที่ได้รับ

5.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

5.1.1 ผลของการวิจัยนี้ สามารถสร้างองค์ความรู้ต่อยอดแนวคิดนวัตกรรมโดยพิจารณาจากคุณลักษณะแต่ละด้านของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการและนักวิชาการสามารถนำไปปรับใช้หรือแก้ไขกระบวนการพื้นฐานการจัดการองค์และการบริการเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ให้บริการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแก่องค์กร

5.1.2 ผลของการวิจัยนี้ สามารถยืนยันถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการสร้างการบริการสู่ความเป็นเลิศ โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่ตอบสนองต่อการใช้นวัตกรรมธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อลดช่องว่างที่อาจจะเกิดกับกับผู้รับบริการและการตอบสนองความคาดหวังได้อย่างรวดเร็ว

5.2 ประโยชน์ทางการจัดการ

5.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลสามารถพบคุณลักษณะของนวัตกรรมที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และแนวทางการยกระดับการบริการสู่ความเป็นเลิศ ที่จะช่วยส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการต่อไปในระยะยาว

5.2.2 ผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล สามารถอธิบายถึงข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากคุณลักษณะของนวัตกรรม เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับกระบวนการให้บริการที่ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.3 ผู้ประกอบการและพนักงานจะเกิดความเข้าใจของนวัตกรรมตามความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้รับบริการที่จะสามารถนำมาใช้ในการออกแบบสินค้าและบริการที่จะตอบสนองความต้องการ และตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มตลาดเป้าหมาย

6. นิยามคำศัพท์

6.1 นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสิ่งแปลกใหม่จากวิธีการคิดหรือมุมมองที่แตกต่างที่จะช่วยสร้างจุดเด่นที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการช่วยให้ธุรกิจเกิดความสะดวกรบายและลดระยะเวลากระบวนการทำงาน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ตัดสินใจเข้ามาพักในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 8 คุณลักษณะได้แก่

6.1.1 ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ (Function) หมายถึง การออกแบบรูปลักษณ์ของสินค้าและบริการของธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้แตกต่างจากคู่แข่งขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของอาคารห้องพักและแผนบริการให้มีความน่าสนใจ ตลอดถึงอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มผู้รับบริการ

6.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) หมายถึง การนำเสนอการบริการแบบครบวงจรควบคู่กับการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการในกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ ที่เดินทางมาพักในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ (Branding) หมายถึง การเสริมสร้างกิจกรรมการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า และการสร้างการจดจำหรือรับรู้กับผู้รับบริการอย่างแพร่หลายของธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย (Access and Safety) หมายถึง การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความครอบคลุมทั้งระบบออนไลน์และทำเลที่ตั้งของธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พร้อมทั้งการเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับบริการเกิดความต่อเนื่อง และการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการระหว่างการเข้าพัก

6.1.5 ด้านบริการเสริม (Support) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสนับสนุนการบริการที่มีความต่อเนื่อง และการดูแลผู้รับบริการหลังกระบวนการบริการสิ้นสุดลง หรือในกรณีเกิดปัญหาจะมีการติดตามแก้ไขปัญหา

6.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร (Revenue & Profit) หมายถึง การสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มการบริการหรือกิจกรรมที่สำหรับการรองรับผู้รับบริการ ที่เดินทางเข้าพักในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มเติม ตลอดจนการขายเครือข่ายทางธุรกิจภายใต้ตราสินค้าเดียวกันไปยังภูมิภาคต่าง ๆ

6.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร (Internal Management) หมายถึง การประเมินสภาพปัญหากำลังเผชิญอยู่ในธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขณะนั้นประกอบด้วยทรัพยากรบุคคล สถานที่ และเครื่องมือ รวมทั้งการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการควบคู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

6.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่าย (Partnership) หมายถึง การระดมความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการในเครือข่ายธุรกิจ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนฐานข้อมูล

สำคัญทางธุรกิจ และยังเป็นการช่วยส่งเสริมความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6.2 ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) หมายถึง ธุรกิจโรงแรมประเภทหนึ่งที่เป็นธุรกิจที่พักขนาดเล็กในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจุดเด่นด้านราคาการบริการที่ไม่สูงมากจึงเหมาะสำหรับผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มแบ็คแพ็คกิ้งหรือกลุ่มนักเดินทางแบบตัวคนเดียว ซึ่งจะเป็นการพักอาศัยโดยการแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น เป็นต้น อีกทั้งอีกทั้งผู้รับบริการยังได้แลกเปลี่ยนสื่อสารประสบการณ์ใหม่กับผู้อื่นร่วมอาศัยด้วยกัน

6.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือจะต้องใช้เวลามากในการปรับตัวก่อนที่เลียนแบบความสามารถของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้นได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีนวัตกรรม
2. แนวคิดการจัดการธุรกิจประเภทโฮสเทล
3. ทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. นวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการทำงานเกิดความสะดวกสบายเพิ่มประสิทธิภาพ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ โดยผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับเนื้อหาเริ่มต้นจากความหมายของนวัตกรรม ความสำคัญของนวัตกรรม รูปแบบของนวัตกรรม ปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และแนวทางของการสร้างนวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดของแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ ในการใช้ความรู้ความสามารถสำหรับ ค้นหาสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อการตอบสนองต่อบริบทสำคัญที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าการลงทุนทางเศรษฐกิจ ตลอดจนยังก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ ธุรกิจใหม่ รายได้แหล่งใหม่ และการจ้างบุคลากรจำนวนมาก (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2547) ในขณะที่ Rogers (1995) กล่าวว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้กับความคิดสร้างสรรค์เข้ามารวมกับความสามารถทางด้านบริหารจัดการ เพื่อสร้างกระบวนการจัดการธุรกิจใหม่ และจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่กำลังเติบโตขึ้น

ในขณะที่นิยามของ ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2526) ได้กำหนดความหมายของนวัตกรรม คือ สิ่งที่สามารถถูกปรับปรุงมาจากสิ่งเดิมที่มีอยู่ เพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เหมาะสมกับการปฏิบัติหรือกระบวนการทำงานให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมาย อีกทั้งนวัตกรรมยังเป็นหลักการใช้ความรู้และ

เทคนิคทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ (Lemon & Sahota, 2003) นอกจากนี้ นวัตกรรม หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในองค์กรหรือธุรกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนองค์กร ซึ่งนวัตกรรมยังสามารถเป็นไปได้ทั้งสินค้าใหม่ บริการใหม่ หรือแม้กระทั่งการใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหรือช้าลงตามปัจจัยสนับสนุนในองค์กร (Herkema, 2003)

1.2 ความสำคัญของนวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นผู้บริหารจัดการนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน พร้อมสร้างโอกาสทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จจากการที่ผู้ประกอบการใช้ประเด็นของการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่าง ทางความคิดควบคู่กับการกำหนดรูปแบบการจัดการสมัยใหม่ ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงแนวคิดของผู้ประกอบการทางธุรกิจที่เป็นคนรุ่นใหม่ (Kanungo, 1999) (Zhao, 2001) และ (Drucker, 1985) ในขณะเดียวกันนวัตกรรม ยังเป็นกลยุทธ์ของทุกภาพส่วนแต่ละองค์กร โดยจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในภาพรวมของนวัตกรรม รวมทั้งการเรียนรู้ทางเทคโนโลยี ที่ทันสมัยและเทคนิคการทำงานที่ลดต้นทุนด้านต่าง ๆ แก่องค์กร (นพดล เหลืองภิรมย์, 2557) ถึงแม้ว่านวัตกรรมจะมีบทบาทในกระบวนการทำงานผ่านรูปแบบความคิดจากหลายมุมมอง ที่จะให้ก่อให้เกิดความสามารถในการนำมาใช้ได้จริงและเกิดประสิทธิผลที่สูงสุด อีกทั้งนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความต่อเนื่องทางธุรกิจ หลีกเลี่ยงการยึดติดกับกระบวนการผลิตที่ล้าสมัยที่อาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ไม่แตกต่างจากเดิม รวมทั้งยังเป็นการพัฒนาตัวบ่งชี้ศักยภาพขององค์กรและคู่แข่ง นอกจากนี้ นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์กับการดำเนินการทางธุรกิจ ที่ปรับเปลี่ยนไปตามอุปสงค์และอุปทานในสถานการณ์ปัจจุบัน (สุทธิกร กิ่งแก้ว, 2563) ยิ่งไปกว่านั้นอาจปฏิเสธไม่ได้ว่านวัตกรรมเป็นตัวกำหนดรูปแบบกระบวนการจัดการหรือการพัฒนาเพื่อนำไปสู่ความเป็นเลิศอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งนวัตกรรมยังช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดจากสภาวะการแข่งขันด้วยการพัฒนาจุดเด่นของสินค้าและบริการให้มีความร่วมสมัย(Hjalager, 2010)

1.3 รูปแบบของนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ได้จำแนกคุณลักษณะของนวัตกรรม โดยมีเงื่อนไขที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ในการส่งเสริมศักยภาพขององค์กรทั้งสิ้น 3 รูปแบบดังนี้

1.3.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เกิดการการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการผลิตที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับบริการในลักษณะของสิ่งที่จับต้องได้ และไม่เคยพบเห็นมาก่อนในท้องตลาด (Langley, Pals, & Ortt, 2005) รวมทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยังเป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แก่องค์กรให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำไปจำหน่าย (Shu, Zhou, & Gao, 2014) นอกจากนี้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยังถูกผลักดันโดยเทคโนโลยีและความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคม ตลอดจนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ยังมีส่วนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รับบริการและคู่ค้า (Akova, Ulusoy, Payzin, & Kaylan, 1998) ขณะที่การมุ่งเน้นทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผู้รับบริการ 2) คู่แข่งขัน และ 3) ความร่วมมือภายในองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่กระบวนการทางการตลาด พร้อมกับการสร้างความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ใหม่ (ดุซงกี เทียมเทศ, บุญมา สูงทรง, ฉัตรชัย อินทสังข์, สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์, และ ปฎิมา ถนิมกาญจน์, 2564) ดังนั้นการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะถูกขับเคลื่อนโดยการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้รับบริการ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมจากผู้ประกอบการสู่พนักงาน เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้ตามเป้าหมายขององค์กร (Awan, Nauman, & Sroufe, 2021)

1.3.2 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

แนวคิดการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และยังเป็นการสนับสนุนวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Michel, Brown, & Gallan, 2007) โดยการพัฒนาการบริการเป็นสิ่งสำคัญจำเป็นต่อความสามารถทางการแข่งขัน (Gallowj & Weinstein, 1997) ถึงแม้ว่านวัตกรรมบริการยังมุ่งเน้นไปที่ตัวผู้รับบริการที่จะต้องอาศัยความเข้าใจเชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Lee & Chen, 2009) ทั้งนี้นวัตกรรมบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีลักษณะที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ (จารุณี วงศ์ลิปิยะรัตน์, 2558) นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ทั้งทางด้านการนำเสนอการบริการและการมีส่วนร่วมต่อธุรกิจ (Kristensson, Witell, & Gustafsson, 2012) โดยที่ประสิทธิภาพของนวัตกรรมบริการนั้นถูกวัดระดับจากความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีผู้ให้บริการเป็นคนสร้างสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและบริการกับผู้รับบริการ ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือพนักงาน

จะแสดงถึงแนวทางการพัฒนาการบริการใหม่ ที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบด้านบริการ (Santos-Vijande, López-Sánchez, Pascual-Fernández, & Rudd, 2021) อีกทั้งปัจจัยทางด้านนวัตกรรมบริการ ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการ รวมทั้งปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการยังส่งผลต่อการตัดสินใจและความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้ของจากผู้รับบริการ (โสธยา สุภาพล, ธนภัทร ขาววิเศษ, ลัดดาวัลย์ สำราญ, ชุตินา กลั่นไพฑูรย์, & วัลลดี ดั่งทรัพย์, 2564)

1.3.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

แนวคิดการปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์เข้ามามีส่วนช่วยในกระบวนการทำงานเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อจะช่วยลดต้นทุนในกระบวนการ หรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2005) สอดคล้องกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) กล่าวว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นรูปแบบการใช้วางแผนขั้นตอนการทำงานที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน อาจถูกปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิต หรือวิธีการที่แตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ Langley, Pals & Ortt (2005) อธิบายว่า นวัตกรรมกระบวนการ ยังต้องอาศัยเครื่องมือ อุปกรณ์ และความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกและแสดงผลลัพธ์อย่างชัดเจน ซึ่งรูปแบบทางด้านนวัตกรรมกระบวนการยังเป็นการดำเนินกิจกรรมตามสายการผลิต การบริการ และการจัดการใหม่ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการผ่านกระบวนการทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว (นัยนา รัตนสุวรรณชาติ และคณะ, 2564) นอกจากนี้ นวัตกรรมกระบวนการยังช่วยอำนวยความสะดวกทางด้านการผลิตที่สามารถลดขั้นตอนและต้นทุน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต้นทุนสูง นับว่าการใช้นวัตกรรมกระบวนการมาเป็นเครื่องมือจะช่วยลดการสูญเสียมูลค่าและยังเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการปฏิบัติงาน (Bena et al., 2021)

ถึงแม้ว่านวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่ช่วยแสวงหาผลประโยชน์หลายหลากรูปแบบโดยไม่จำกัดในเชิงธุรกิจนั้นถือว่ามีค่ามากที่จะนำนวัตกรรมมาพัฒนาและเป็นกลยุทธ์ในการบริหารองค์กร ซึ่งแนวคิดของ สุทธิกร กิ่งแก้ว (2563) นำเสนอมุมมองของ 8 นวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างรวมทั้งการวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร โดยการแบ่ง 3 ส่วนสำคัญ ประกอบด้วย องค์กร (Organization) สินค้าและบริการ (Product & Service) และ ผู้รับบริการ (Customer) โดยระบุว่า ส่วนที่ 1 องค์กร เป็นส่วนหลักในการบริหารของธุรกิจเพื่อนำเสนอการส่งมอบคุณค่าผ่านตัวสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางของการดำเนินกิจกรรมทางภาคธุรกิจโดยการสร้างนวัตกรรมในองค์กรแบ่งได้ 3 ส่วนสำคัญ คือ รูปแบบรายได้และกำไร การจัดการภายในองค์กร และพันธมิตรและ

เครือข่ายทางธุรกิจ ส่วนที่ 2 สินค้าและบริการ เป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ โดยองค์กรต้องแสวงหาความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อที่จะสร้างคุณค่าให้กับผู้รับบริการอย่างการสรรค์สร้างสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการ โดยการกำหนดสินค้าและบริการแบ่งได้ 2 ส่วนสำคัญ คือ คุณสมบัติของสินค้าและบริการ และการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ และส่วนที่ 3 ผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่จะต้องตอบสนองความต้องการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการในขณะเดียวกัน องค์กรมีส่วนช่วยในการจัดการสินค้าและบริการต้องมีความแตกต่างและตอบสนอง ซึ่งการสร้างนวัตกรรมแก่ผู้รับบริการแบ่งเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ การสร้างภาพลักษณ์ ช่องทางการเข้าถึงผู้รับบริการ และบริการเสริมอื่น ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่านวัตกรรมทางธุรกิจที่เป็นเครื่องมือช่วยการจัดการทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) คุณสมบัติของสินค้าและบริการ (2) ระบบนิเวศทางธุรกิจ (3) การสร้างภาพลักษณ์ (4) การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย (5) บริการเสริม (6) รูปแบบของรายได้และกำไร (7) การจัดการภายในองค์กร และ (8) พันธมิตรและเครือข่าย

1.4 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม

ถึงแม้ว่านวัตกรรมจะขึ้นอยู่กับบริบทและขอบเขตของการวิเคราะห์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทาง Morton (1971) ได้กล่าวว่านวัตกรรม เป็นการสร้างสิ่งใหม่จากการปรับปรุงข้อบกพร่อง รวมทั้งยังเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร จึงไม่ใช่เพียงแค่การจัดสิ่งเก่าที่มีอยู่ให้หมดไปเท่านั้น แต่นวัตกรรมยังนำไปสู่กระบวนการการปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น โดยมุมมองของ Robbins (1996) แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมเป็นการประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ในการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการ แต่สำหรับ Kash (1989) กล่าวว่า นวัตกรรม เป็นผลลัพธ์ของขั้นตอนการรวบรวมความคิด เพื่อนำไปใช้ออกแบบสินค้าและบริการ ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการจากความคิดในจินตนาการไปสู่ความเป็นไปได้ ทั้งนี้ปัจจัยด้านนวัตกรรมจะเกิดขึ้นหลังจากที่ผ่านกระบวนการคิดเพื่อพัฒนาองค์กร และยังเป็นเทคนิคการตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วนที่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ขณะที่ Chesbrough & Bogers (2014) กล่าวว่า นวัตกรรมเกิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร และการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีการพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการที่เกิดความแตกต่างในการแข่งขันให้มากที่สุด ในขณะที่ Giesen, Riddleberger, Christner, & Bell (2010) กล่าวว่า ความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดนวัตกรรมเพื่อเป็นเครื่องช่วยในการพัฒนากระบวนการ สินค้าและบริการ เพื่อการตอบรับกับสิ่งที่ปรับเปลี่ยนไปของธุรกิจ

1.5 แนวทางการสร้างนวัตกรรม

ศศิมา สุขสว่าง (2564) กล่าวว่าความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมนับว่าเป็นการส่งเสริมความต่อเนื่องทั้งบุคคล กระบวนการผลิต สินค้าและบริการ จนสามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยนวัตกรรมเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างหรือพัฒนาสิ่งใหม่ ที่มีคุณค่าประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในองค์กร ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนดังนี้

1.5.1 การปรับปรุงกระบวนการสร้างสินค้า และบริการเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งหากองค์กรต้องการสร้างวัฒนธรรมการสร้างสรรค์และส่งเสริมนวัตกรรมให้เกิดขึ้น จำเป็นจะต้องมีการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการปลูกฝังให้องค์กรเห็นความสำคัญต่อการเติบโตท่ามกลางการแข่งขันและสามารถรับมือกับอุปสรรคที่เกิดขึ้น

1.5.2 การสร้างสิ่งใหม่ หรือสินค้าและบริการใหม่ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าให้แก่องค์กรโดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการสร้างสินค้าและบริการแต่ละรายการ ส่งผลดีต่อองค์กรให้เกิดการพัฒนาอย่างไม่หยุดกับสิ่งเดิม จะเห็นได้ว่าการคิดเชิงนวัตกรรม มีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กรเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะช่วยให้กลายเป็นช่องทางการตอบสนองสิ่งใหม่ให้กับผู้รับบริการ

1.5.3 การแก้ปัญหาให้กับองค์กรและผู้รับบริการ ด้วยวิธีการคิดเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทำการทบทวนแนวคิดเดิมด้วยการเชื่อมโยงมุมมองที่มีความร่วมสมัย และออกแบบวิธีการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

สำหรับแนวทางการสร้างนวัตกรรมของ Moscardo (2008) อธิบายว่า นวัตกรรมได้เกิดขึ้นจากรูปแบบที่ประกอบรวมกัน 3 ประการ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาแนวทาง และวิธีคิดใหม่ เพื่อมีส่วนช่วยในการกระบวนการที่จะสร้างปรากฏการณ์แก่องค์กรให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการปรับปรุงประสิทธิผลและนวัตกรรมเป็นการแสดงออกถึงการปรับตัวภายใต้ขอบเขตหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ขององค์กรตลอดจนการศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่จะนำ้การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขัน (Hall & Williams, 2019)

จากการทบทวนประเด็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรม หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อปรับปรุงทรัพยากรที่มีอยู่เดิมด้วยการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด หรือแม้กระทั่งการนำสิ่งใหม่ เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก รวมทั้งการลดต้นทุน กระบวนการทำงานขององค์กร และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ในขณะเดียวกัน

นวัตกรรมยังเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่กลยุทธ์ขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างรวดเร็วและยังเป็นการเข้าถึงผู้รับบริการรายใหญ่ ทั้งนี้ การพัฒนานวัตกรรมให้เกิดความสม่ำเสมอควบคู่กับการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์หรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. การจัดการธุรกิจโฮสเทล

การจัดการธุรกิจโฮสเทลเป็นกระบวนการการวางแผนการทำงานในองค์กรองค์กรขนาดเล็กเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับเนื้อหาจากความหมายของการจัดการธุรกิจโฮสเทล ความสำคัญของธุรกิจโฮสเทล องค์ประกอบทางการจัดการธุรกิจโฮสเทล ปัจจัยและแนวทางการจัดการธุรกิจโฮสเทล ซึ่งมีรายละเอียดของแนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายการจัดการธุรกิจโฮสเทล

ธุรกิจโฮสเทล หมายถึง สถานที่พักในราคาประหยัดที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้แก่ผู้เข้ารับบริการ ที่มีลักษณะห้องพักเป็นห้องนอนรวมมีเตียงสองชั้นหรือมีเตียงขนาดเล็กจำนวนมากกว่า 1 เตียงรวมกัน และมีพื้นที่ส่วนกลางให้ผู้บริการได้ใช้ร่วมกัน เช่น ห้องอาบน้ำ พื้นที่สำหรับการนั่งเล่น พุดคุย การประกอบอาหาร และรับประทานอาหาร ฯลฯ (วัชรพงศ์ รติสุขพิมล, 2562) โดยนิยามของคำว่า การจัดการ (Management) ของ โซติ บติรัฐ (2558) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการควบคุมการดำเนินงานของกิจกรรมให้มีความต่อเนื่องภายในองค์กรโดยมีการประสานงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือแก้ไขปัญหาขององค์กร

การจัดการธุรกิจโฮสเทล หมายถึง กระบวนการทางความคิดที่กำหนดขึ้นเป็นต้นแบบสำหรับการบริหารควบคุมองค์ความรู้ ที่จะนำเอาทรัพยากรของธุรกิจมาบริหารใช้สร้างสรรค์งานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลสำเร็จตามเป้าหมาย ย่อมส่งผลให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างราบรื่น โดยการวิเคราะห์การจัดการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ร่วมกับการเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการ ตลอดจนการสร้างพันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจโรงแรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ (ชัยกร บุตรเศรษฐี, 2550) ขณะที่การศึกษาของวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของวัฒนา ทนงค์แพ่ง และ ขวลิย์ ณ ถลาง (2560) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจจะมีการกำหนด

โครงสร้างองค์กร การพัฒนาระบบงาน การกำหนดอัตลักษณ์และเทคนิคการให้บริการ ซึ่งการจัดการจำเป็นต้องมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์การควบคุมทรัพยากร เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการ โดยมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ตลอดจนเพิ่มช่องทางการความหลากหลายในการแสวงหากลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ ที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ ปรีชา แดงโรจน์ (2537) ได้เสนอความสำคัญของธุรกิจโรงแรมกับแนวทางการจัดการ ประกอบด้วย 5 ระดับ ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) คือ การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะกำหนดวิธีการ แผนงาน หรือแนวทางป้องกันปัญหาในอนาคต 2) การจัดการองค์กร (Organizing) คือ การจัดโครงสร้างขององค์กรในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ 3) การบังคับบัญชา (Commanding) คือ การสั่งการหรือมอบหมายคำสั่ง แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 4) การประสานงาน (Coordinating) คือ การเชื่อมโยงงานภาวะของแต่ละฝ่ายแผนก เพื่อนำไปสู่ทางทิศทางและจุดมุ่งหมายเดียวกัน 5) การควบคุม (Controlling) คือ การกำกับดูแล การทำงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร ให้เข้ากับแผนงาน และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ Bartol & Martin (1998) กล่าวว่า การจัดการเป็นรูปแบบการดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร แบ่งออกเป็นหน้าที่หลัก 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร Rue & Byars (2002) ได้อธิบายว่า การจัดการธุรกิจ หมายถึง รูปแบบการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการประสานงานในแต่ละส่วนขององค์กร ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน เพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

2.2 ความสำคัญของการจัดการธุรกิจโฮสเทล

การวัดประสิทธิผลของธุรกิจเป็นการอธิบายถึงผลลัพธ์ที่เกิดมาจากการบริหารทรัพยากรภายในองค์กร โดยที่ผู้บริหารสูงสุดจะเป็นผู้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนไปสู่จุดหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งการจัดการยังการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด การแบ่งสัดส่วนของการทำงานที่เหมาะสม การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่ดี และการสร้างโอกาสการเติบโตแก่องค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ตุลา มหาวสุธานนท์, 2554) เช่นเดียวกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2538) กล่าวว่า การทำงานที่จะบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการจัดการองค์กร ที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการแบ่งงาน และการประสานกิจกรรมต่าง ๆ ภายในขององค์กร ในขณะที่ วิเชียร วิทยอดม (2551) แสดงมุมมองเกี่ยวกับการจัดการที่ดี จะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานที่ช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการประสานงาน การตรวจสอบ การประเมินผล และการควบคุมงาน และการช่วยลดความซับซ้อนในการ

ทำงาน การพัฒนาองค์กรไปสู่เป้าหมาย นอกจากนี้ Donnelly, Gibson, & Ivancevich (1998) อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงของสังคมและความต้องการของประชากรที่มีมากขึ้น ทำให้องค์กรจะต้อง มีการปรับกระบวนการจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจในปัจจุบัน และนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้เติบโตไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

Mishra (1994) กล่าวว่า ธุรกิจโฮสเทลที่ให้ความอิสระในการเรียนรู้การใช้ชีวิต ซึ่งเป็น ลักษณะที่พักรวมที่อยู่วางร่วมกัน มุ่งเน้นการพบปะสร้างสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก และยังมีการใช้ พื้นที่ส่วนกลางร่วม ส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางตัวคนเดียวที่แสวงหาความแปลกใหม่ของการพักอาศัย ราคาประหยัด ดังนั้นผู้รับบริการจำนวนมากต่างแหล่งที่มาจึงทำให้ระบบการจัดการธุรกิจโฮสเทลต้อง มีการปรับเปลี่ยนหรือการพัฒนาเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ตลาดเฉพาะ ขณะที่ Kuzmanović & Vukić (2021) กล่าวว่า รูปแบบที่พักของธุรกิจโฮสเทลได้รับความนิยมอย่าง แพร่หลายและธุรกิจโฮสเทลยังคงมีความหลากหลายเพิ่มขึ้นด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการพักอาศัย อยู่รวมกัน รวมทั้งมีราคาที่ไม่สูงมากนักสามารถจับต้องได้ ทำให้ธุรกิจโฮสเทลจำเป็นต้องเข้าใจปัจจัย ในขับเคลื่อนที่มีผลต่อผู้รับบริการที่ตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทล และการควบคุมดูแลความเป็น ระบบ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจโฮสเทลต่อไป

2.3 องค์ประกอบทางการจัดการธุรกิจโฮสเทล

Dalf (2006) ได้อธิบายว่า การจัดการทางธุรกิจแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่

2.3.1 การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดขอบเขตของธุรกิจ ตั้งเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ ตลอดจนกำหนดวิธีการเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.3.2 การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการจัดบุคคลแบ่งแผนงาน และจัดสรร ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับแผนงาน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามแผนให้ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.3.3 การชี้นำ (Leading) คือ เป็นการแสดงถึงภาวะผู้นำในการพัฒนาตนเองใน ระดับผู้บริหาร และการจูงใจสมาชิกผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานได้เต็มความรู้ ความสามารถ

2.3.4 การควบคุมองค์กร (Controlling) เป็นการควบคุมองค์การการดำเนินงานภายใน ให้เป็นไปตามแผนงานที่ผู้ประกอบการคาดหวังหรือมาตรฐานที่กำหนด

ตามแนวคิดทฤษฎีของ Fayol (1949) นักวิชาการชาวฝรั่งเศส ได้แบ่งองค์ประกอบของการจัดการที่ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การจัดการองค์กร (3) การบังคับบัญชา (4) การประสานงาน และ (5) การควบคุม จึงสรุปได้ว่าทั้ง 5 องค์ประกอบ เป็นหน้าที่ที่ช่วยให้เกิดความชัดเจนและความเข้าใจกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่องค์กรสามารถดำเนินงานไปสู่ทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน ขณะที่ Taylor (2002) บิดาของการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ อธิบายว่า การนำหลักการทางวิทยาศาสตร์เข้ามามีใช้กับการบริหารจัดการ มี 4 ประการ ได้แก่ (1) การทำงานที่เป็นระบบของพนักงานแต่ละคน ทดแทนการใช้วิธีการทำงานลักษณะความเคยชิน ไม่มีฐานระบบที่เป็นมาตรฐาน (2) การคัดเลือก การฝึกอบรม การสอนงานและการพัฒนาทักษะของพนักงาน (3) ผู้บริหารต้องร่วมมือร่วมใจกับพนักงานเพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นหลักการทางวิทยาศาสตร์กับการทำงานอย่างจริงจัง (4) การแบ่งงานและความรับผิดชอบอย่างเท่าเทียมกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ดังนั้น การจัดการโดยนำหลักวิทยาศาสตร์มาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการคัดเลือกบุคคลากรที่มีสมรรถนะสูงสุดแก่องค์กร พร้อมส่งเสริมเทคนิคการฝึกอบรม และการจัดสรรค่าตอบแทนเป็นธรรม

การจัดการธุรกิจโฮสเทลจากผลการศึกษาของ ศศิวิไล โสภณวิมลสวัสดิ์ (2558) ได้อธิบายว่า ธุรกิจโฮสเทลเป็นรูปแบบการอาศัยอยู่ร่วมกันโดยการแบ่งปันการใช้พื้นที่ในส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยผู้รับบริการส่วนใหญ่มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ ที่นิยมการเดินทางคนเดียว แสวงหาประสบการณ์ใหม่จากการพบปะกับผู้คนมากมาย ตลอดจนธุรกิจโฮสเทลยังคงเป็นที่นิยมแหล่งท่องเที่ยวเขตเมือง จึงทำให้โฮสเทลเป็นแหล่งรวมคนจากทุกแห่งมาพบจนกัน ทำให้ระบบการจัดการของโฮสเทลจะต้องคำนึงถึง 6 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัย 2) ด้านราคา 3) ด้านการบริการ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกหรือพื้นที่ส่วนกลาง 5) ความสงบ และ 6) เพื่อนหรือการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการที่กำหนดไว้

2.4 ปัจจัยและแนวทางการจัดการธุรกิจโฮสเทล

การดำเนินงานของธุรกิจจะต้องมีการกำหนดแผนงานที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นกลไกการควบคุมโครงสร้างที่จะต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กำหนดปัจจัยสนับสนุนออกเป็น 4 เงื่อนไขดังนี้

2.4.1 ด้านภาวะผู้นำ เป็นการอธิบายถึง พฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึงการมีความรู้ ความสามารถในการบริหาร การติดตามและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้วยวิสัยทัศน์กว้างไกลซึ่งสามารถสร้างสรรค์ผลงานอยู่เสมอ การใช้หลักการและเหตุผลในการบริหารงานรวมทั้งความสามารถในการประสานงานระหว่างบุคคล หรือหน่วยงานต่าง ๆ และความสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

2.4.2 ด้านโครงสร้างองค์กร เป็นการอธิบายถึง การจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น รวมถึงการให้ความสำคัญการกระจายอำนาจ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีระบบการติดต่อประสานงานทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานเพื่อให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้องตามทิศทางที่เหมาะสม

2.4.3 ด้านวัฒนธรรมองค์กร เป็นการอธิบายถึง การทำงานร่วมกันเป็นทีม การเปิดโอกาสสำหรับการยอมรับความคิดเห็นใหม่ ของบุคลากรพร้อมกับการเห็นคุณค่าของการประเมินเพื่อพัฒนาการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การให้เกียรติซึ่งกันและกันตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร

2.4.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการอธิบายถึง เทคโนโลยีเพื่อการบริหารองค์กรที่ทันสมัย รวมทั้งการใช้องค์ประกอบสารสนเทศด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการดำเนินงาน ตลอดจนการส่งเสริมการใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บและสืบค้นย้อนหลัง

2.4.5 ด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นการอธิบายถึง การใช้รูปแบบการติดต่อประสานงานหลากหลายช่องทาง เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างครอบคลุมสมาชิกทุกคนในองค์กรและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งต่อข้อมูลด้วยความรวดเร็ว

สำหรับ Gulick & Urwick (1937) กล่าวว่า ทรัพยากรนับว่าเป็นปัจจัยที่นักบริหารต้องให้ความสนใจ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

- (1) คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจขององค์กร ที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ
- (2) เงิน (Money) คือ สิ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์กรดำเนินการต่อไปได้
- (3) วัสดุ (Materials) คือ วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำซึ่งจะต้องมีการประเมินผลกระทบต่อ

ต้นทุนการผลิต (4) เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักรอุปกรณ์ ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิต

สมคิด บางโม (2537) อธิบายว่า การใช้ความรู้ทางศาสตร์และศิลปะ สำหรับการนำมาใช้เป็นแนวทางการดำเนินการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ คำนึงถึงทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรต่าง ๆ ในปัจจัยที่ใช้ในการบริหารงานตามเงื่อนไขขององค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.4.1 คนหรือบุคคล (Man) หมายถึง ปัจจัยสำคัญของการบริหารองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีคนที่ปฏิบัติงานรวมทั้งพิจารณาผลงานที่ดีจะออกมาต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อองค์กร

2.4.2 เงิน (Money) หมายถึง ปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยงบประมาณเพื่อการบริหารงานที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายได้อย่างราบรื่น

2.4.3 ทรัพยากรหรือวัสดุ (Material) หมายถึง ปัจจัยที่มีความจำเป็นต้องพึ่งพาวสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรการบริหารและการผลิต ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องมีการคัดเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการนำมาใช้

2.4.4 การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นภารกิจของผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาโดยตรง รวมทั้งยังเป็นกลไกที่ผู้ประสานงานได้มีการประมวลผลปัจจัยต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุนโยบายที่ผู้บริหารกำหนด

ธุรกิจโฮสเทลเป็นการดำเนินกิจการที่กำลังเติบโตและถูกพัฒนาคุณลักษณะการบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีจุดเด่นตรงที่สามารถตอบโจทย์ผู้รับบริการกลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางคนเดียว จะมองหาที่พักราคาประหยัดรวมทั้งกลุ่มคนต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนใหม่อย่างไรก็ตามธุรกิจโฮสเทลจะสามารถอยู่รอดได้ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ และการบริหารจัดการไปสู่ความสำเร็จได้ดังนี้

2.4.1 ทำเลที่ตั้งต้องเข้าถึงง่าย

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่กลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่จะชื่นชอบที่พัก เป็นจุดสังเกตได้ง่าย โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ใจกลางเมืองเสมอไปรวมทั้งมีการเดินทางที่สะดวกจากที่พักไปยังจุดที่ให้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะหรือแม้กระทั่งทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

2.4.2 ความปลอดภัย

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับภาพรวมของห้องพักหรือห้องนอนรวม และบริการพื้นที่ส่วนกลางร่วมกัน ซึ่งการที่จะต้องเข้าพักร่วมกับผู้อื่นที่ควรได้รับความปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สิน จึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ

2.4.3 การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการจากผู้รับบริการ โดยที่ธุรกิจโฮสเทลจะสามารถมัดใจผู้รับบริการจะเกิดการต้อนรับที่อบอุ่นเป็นกันเอง และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการ

2.4.4 การเรียนรู้เข้าใจความแตกต่างของกลุ่มผู้เข้าพัก

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของผู้บริหาร รวมทั้งพฤติกรรมความต้องการของผู้บริการแต่ละบุคคลที่มีรสนิยมหลากหลายตามภูมิภาคและถิ่นกำเนิด อาทิ ยุโรป อเมริกา เอเชีย โดยพนักงานต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือและการจัดเตรียมการบริการไว้อย่างเหมาะสม

2.4.5 รูปแบบของโฮสเทลให้ชัดเจน

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ประจำตัวที่เป็นจุดขายเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการโดยการออกแบบที่พัก มีสไตล์ที่ชัดเจนมักจะได้รับความสนใจและได้รับความเป็นที่นิยมจากผู้รับบริการที่พักประเภทอื่น ๆ

2.4.6 ช่องทางการติดต่อที่เข้าถึงได้ง่าย

ธุรกิจโฮสเทลให้ความสำคัญกับการดำรงอยู่ทางธุรกิจด้วยการมีตัวตนบนโลกออนไลน์ในปัจจุบันเพื่อการเข้าถึงผู้รับบริการ ในการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว

ธุรกิจโฮสเทล ณัฐชัชกร ภัทราศิริธนิศร (2562) อธิบายว่า ความนิยมของกลุ่มธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่จะมีการนำติกแฉวเก่าเข้ามาดัดแปลงการใช้งานจากพื้นที่ที่ก่่าจัด โดยทำเลที่ตั้งจะอยู่ในย่านชุมชนและคำนึงถึงความสะดวกต่อการเดินทางที่ง่ายต่อการเข้าถึงของกลุ่มผู้รับบริการ และการพัฒนารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของการพักอาศัยในลักษณะการแบ่งปันพื้นที่อยู่ร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจโฮสเทลเป็นที่นิยมอย่างมาก ทำให้คู่แข่งทางธุรกิจมีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้กระบวนการวางแผนเพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบขึ้นอยู่ธุรกิจโฮสเทลในการบริหาร การจัดการ การควบคุม และการขึ้นนำ

จากการทบทวนประเด็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจโฮสเทล แสดงให้เห็นว่า การจัดการธุรกิจโฮสเทล หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่พึงให้เป็นไปตามกระบวนการบริหารจัดการขององค์กรขนาดย่อย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้บริหารสูงสุดทั้งสิ้น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ 3) การชี้นำ และ 4) การควบคุมองค์กร เพื่อสร้างสรรค์กระบวนการที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการ โดยการเพิ่มช่องทางการบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการ ตลอดจนสร้างพันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจที่ช่วยกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบริการ อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น และการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องท่ามกลางสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่จดทะเบียนพระราชบัญญัติโรงแรม 2547 ทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ (1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) (2) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) (3) เจนนีโฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) (4) คอสตารเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin) (5) เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) (6) เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel) (7)ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe) และ (8) โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel)

3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การพัฒนาองค์กรด้วยการเพิ่มขีดความสามารถที่สร้างข้อได้เปรียบที่เด่นชัดทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นในพื้นที่ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการบริหารองค์กรหรือธุรกิจ โดยผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับเนื้อหาจากความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันทิศทางการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งมีรายละเอียดของแนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

3.1 ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Potter (1998) กล่าวว่า การประเมินความพร้อมขององค์กร หมายถึง การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันต้องอาศัยปัจจัยทั้ง 5 (5 Forces Model) ได้แก่ 1) ผู้ลงทุนหน้าใหม่ 2) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 3) อำนาจต่อรองของผู้ขายละปัจจัยการผลิต 4) สินค้าทดแทน 5) ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมนับว่าเป็นแรงผลักดันทางธุรกิจที่จะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน อีกทั้งยังสามารถประเมินระยะเวลาของการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นของธุรกิจ

ได้ ในขณะที่ เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2553) ได้ให้นิยามความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการดำเนินธุรกิจที่สร้างผลลัพธ์และมาตรฐานได้ดีกว่าองค์กรอื่น รวมทั้งการก่อให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันนิยามของคำว่า การสร้างความมั่นคงให้องค์กรที่เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนกลยุทธ์ โดยมุมมองของ วิทยา ด้านธำรงกุล (2549) ได้ให้ความหมายว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งที่สร้างผลลัพธ์เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ ด้วยวิธีการผลิตสินค้าและการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งและมีความยากต่อการเลียนแบบ ในขณะที่ Fuller (2004) อธิบายว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินงานที่สร้างโอกาสในการทำกำไรที่สูงกว่าคู่แข่ง โดยมุ่งเน้นความแตกต่างของสินค้าและบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจกับกลุ่มตลาดเฉพาะและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่าคู่แข่ง แต่สำหรับ สมยศ นาวิกการ (2549) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ พื้นฐานที่สำคัญของผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งยังเป็นการรักษาและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยองค์กรจะต้องเลือกสร้างจุดเด่นทางการแข่งขันที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสัมพันธ์ของจุดมุ่งหมาย ทางธุรกิจที่ใช้เป็นวิธีการแสวงหาเป้าหมาย รวมถึงการคำนึงถึงสิ่งที่กระตุ้นความสนใจที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มากกว่าคู่แข่ง

3.2 ความสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นการประเมินความสามารถขององค์กรในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือวิธีการจัดการที่มีเทคนิคเหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ จากกระบวนการสร้างสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการรวมทั้งพื้นฐานในการสร้างความได้เปรียบอาจขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพ คุณภาพ และการสร้างนวัตกรรม ที่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2549) ในขณะที่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานและความสามารถขององค์กร พร้อมกับการให้ความสำคัญกับการฝึกฝนบุคลากรที่ที่ดีต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จทางการแข่งขันขององค์กร นอกจากนี้รูปแบบขององค์กรที่มีประสิทธิภาพจะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถบุคลากรที่สามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (สมยศ นาวิกการ, 2549) ยิ่งไปกว่านั้นความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการสร้างโอกาสในการทำผลกำไรที่เหนือกว่าคู่แข่ง และการสร้างความแตกต่างของสินค้าและการ

บริการ ที่มุ่งไปสู่ความต้องการของตลาดเป้าหมายหรือผู้รับบริการที่จะเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Fuller, 2004)

3.3 องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

พัชสิรี ชมภูคำ (2552) นำเสนอการจัดการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะช่วยให้ธุรกิจธุรกิจสามารถเอาชนะคู่แข่งและดำรงอยู่ท่ามกลางสภาวะทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้บริหารจะต้องคำนึงการค้นหาโอกาสที่องค์กรสามารถเอาชนะคู่แข่งกันประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

3.3.1 ความได้เปรียบด้านต้นทุน โดยปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมีก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว จึงสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับผู้รับบริการสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อ หากธุรกิจใดที่สามารถนำเสนอสินค้าในราคาที่แตกต่างกัน จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนด้วยการสร้างราคาที่สามารถดึงดูดใจผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

3.3.2 คุณภาพ ด้านของความต้องการที่มากขึ้นของผู้รับบริการที่มีต่อราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ยังคงมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีรวมถึงการค้นหาหรือคาดคะเนกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานตลอดจนความสามารถในการตรวจสอบข้อมูลของสินค้าและบริการที่ชำรุดเสียหายก่อนที่จะถึงมือผู้รับบริการ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายในลักษณะแนวคิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.3.3 นวัตกรรม เป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ขึ้นมาโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความเกี่ยวข้องกับลักษณะของสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการอำนวยความสะดวก ซึ่งทางองค์กรจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการสร้างความแตกต่างที่เกิดขึ้นในธุรกิจจาก บุคลากรในองค์กรที่มีความคิดสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อระดมแนวคิดส่งเสริมกระบวนการที่แปลกใหม่

3.3.4 การตอบสนองอย่างรวดเร็วที่มีลักษณะหลายรูปแบบ ซึ่งอาจมีความหมายมากกว่าการสร้าง ความแตกต่าง แม้ว่าจะมีความสอดคล้องกันอย่างเห็นได้ชัดโดยให้ความสำคัญกับการตอบสนองอย่างรวดเร็วพร้อมกับการมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ และการปรับปรุงคุณสมบัติของสินค้า

จากการศึกษาของ วิทยา ด้านธำรงกุล (2549) และ อรพรรณ มาตช่วง (2557) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพ เป็นการประเมินความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่น้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าและการบริการจำนวนที่

มากกว่าคู่แข่ง รวมถึงการลดอัตราการเสียหายของสินค้าและบริการหรือการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามาสนับสนุนตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) คุณภาพ เป็นการประเมินระบบโดยบุคลากรในองค์กรที่จะขับเคลื่อนการดำเนินงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อให้สินค้าและบริการขององค์กรตรงตามมาตรฐานที่กำหนด 3) นวัตกรรม เป็นการประเมินเครื่องมือที่จะก่อให้เกิดสิ่งใหม่รวมทั้งการแสวงหาวิธีการผลิตและการบริการที่มีรูปแบบการทำงานใหม่ เพื่อสร้างคุณค่ากับสินค้าและบริการในองค์กรและกลุ่มผู้รับบริการ 4) การตอบสนองผู้รับบริการ เป็นการประเมินการให้บริการของสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งด้านคุณภาพ ราคา และความรวดเร็ว เพื่อสนับสนุนความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ

3.4 ทิศทางการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างฐานความมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นหลักของการวางแผนกลยุทธ์ ที่สร้างความสามารถความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ ซึ่งปัจจัยที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องสร้างขึ้นมาด้วยการเรียนรู้ (Learning) และการพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) จากนั้นผู้บริหารจะต้องดึงเอาความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมีเพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กร (เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ et al., 2553) โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความชำนาญขององค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

3.4.1 ขายเป็นสินค้าที่ถูกกว่า (Cost leadership) คือ การผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า เป็นการสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่องค์กรสามารถผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยคุณสมบัติสินค้าและบริการจะต้องมีมาตรฐานและสร้างกำไรที่สูงกว่ากำไรปกติ

3.4.2 ขายเป็นสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า (Differentiation) คือ การพัฒนาคุณลักษณะสินค้าและบริการจะต้องไม่เหมือนกับสินค้าและบริการของคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างยังทำให้ผู้รับบริการนั้นอยากใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งยังมีความยินดีจะจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาสูงกว่าคู่แข่งเสมอ

3.4.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการได้เร็วกว่าคู่แข่ง (Quick Response) คือ ความรวดเร็วในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ พร้อมกับการให้ความสำคัญกับการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการมีความยืดหยุ่นขององค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมภายนอก องค์กรตลอดจนการส่งเสริมข้อดีในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการตามความต้องการของผู้รับบริการ

ด้วยการปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น การทำตามคำสั่งซื้อของผู้รับบริการ และการตอบคำถามของผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว

จะเห็นได้ว่า Porter (2005) อธิบายว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจอยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยจะต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งการคำนึงถึงความสอดคล้องกับทรัพยากรและความพร้อมของธุรกิจ ด้วยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 3 ลักษณะได้แก่

3.4.1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน เป็นการให้ผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกันกับคู่แข่ง แต่ในขณะเดียวกันการลดต้นทุนยังมีความเสี่ยง เช่น ความล้าสมัยในกระบวนการผลิต ความล่าช้าในการบริการและการกระจายสินค้า เป็นต้น ซึ่งคู่แข่งอาจมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยกว่าหากต้องการทำกำไรสูงขึ้นทางผู้บริหารสามารถลดต้นทุนโดยส่วนใหญ่การเลือกวิธีการลดต้นทุนจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จมากกว่าการเพิ่มราคาขาย ซึ่งเป็นวิธีที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดทางการเพิ่มประสิทธิภาพแก่องค์กร

3.4.2 การสร้างความแตกต่าง เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะเป็กลยุทธ์ที่ส่งเสริมให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สินค้าและบริการสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ องค์กรจึงต้องสร้างสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

3.4.3 การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ความเหมาะสมกับความต้องการของตลาด โดยให้ความเอาใจใส่กับการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ รวมถึงคุณลักษณะให้มีความหลากหลายที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่ง

สรวิต ปันรัตนานนท์ (2555) ได้ค้นพบว่า การดำเนินธุรกิจด้วยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสร้างความแตกต่างด้วยคุณลักษณะของสินค้าและบริการ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการตอบสนองผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว โดยเงื่อนไขสำคัญของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจกับสินค้าและบริการที่ได้รับ จนได้กลายเป็การสร้างควมได้เปรียบแบบชั่วคราว ถึงแม้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถทำซ้ำในประโยชน์ทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง (Lippman & Rumelt, 1982) นอกจากนี้ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนจะต้องมีพื้นฐานจากแหล่งทรัพยากรและกลยุทธ์ที่ดีในองค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Barney, 1991) ในขณะที่ประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบันการนำเทคโนโลยีหรือ

การสร้างนวัตกรรมใหม่ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในการดำเนินธุรกิจ สามารถช่วยลดกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงาน สามารถตอบสนองผู้รับบริการได้ทันทั่วทั้งที่เป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน แต่ต้องมีการพัฒนากระบวนการการดำเนินงานของบุคลากร รวมถึงผู้บังคับบัญชาเพื่อเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ

จากการทบทวนประเด็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน แสดงให้เห็นว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น หมายถึง กลยุทธ์และการจัดการเฉพาะตัวที่จะช่วยองค์กรเกิดผลลัพธ์หรือผลกำไรจากสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน โดยที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งนับว่าเป็นความสามารถเฉพาะขององค์กร ที่จะต้องมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในการแสวงหาวิธีการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านทุน การสร้างเอกลักษณ์ความแตกต่างด้วยการมุ่งเน้นทางการตลาด และการเข้าถึงผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยที่สินค้าและบริการต้องมีคุณภาพที่จะใช้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

ปรารธนา หลีกภัย (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประเภทของนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม 2) ศึกษาระดับความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างประชากรจากฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทยมีนวัตกรรมสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมองค์กร ตามลำดับ และในภาพรวมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทยมีความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรในระดับมาก โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเป็นบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมด้วยกลยุทธ์ Blue Ocean โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน สำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยที่แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ประยุกต์แนวคิดนวัตกรรมเชิงคุณค่าของกลยุทธ์

Blue Ocean โดยผ่านกรณีศึกษา 2 โรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จในการสร้างมูลค่า ได้แก่ บ้านนอนเพลิน และหินตกริเวอร์แคมป์ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้รับบริการยุคใหม่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาทั้งมีความคาดหวังเพิ่มมากขึ้นไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงโรงแรมที่จะเป็นหนึ่งในความทรงจำ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญช่วยออกแบบ แนวคิดที่พิกให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีการตกแต่งภายในที่สะท้อนแนวคิดโรงแรมที่ตรงกับกลุ่มผู้รับบริการที่แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่และคุณค่าทางด้านจิตใจ ตลอดจนการบริการแบบใกล้ชิดเป็นกันเองให้ความอบอุ่นเสมือนอยู่อยู่กับคนในครอบครัว ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันผู้ประกอบการ และสามารถนำกลยุทธ์มาปรับใช้ในการวางแผนธุรกิจ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ที่กลมกลืนกับภูมิประเทศ

ทศพร บุญวัชรภักย์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความหมายและกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรโรงแรมบูติกไทย 2) ศึกษารูปแบบนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย 3) ศึกษาปรากฏการณ์ความเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการขององค์กรโรงแรมบูติกไทย การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า 1) ความคิดสร้างสรรค์ของธุรกิจโรงแรมบูติกไทยเป็นกระบวนการออกแบบการบริการ และความสามารถของโรงแรม ในการสร้างความเป็นบูติกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและความแปลกใหม่ภายใต้พฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 2) รูปแบบนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทยเป็นผลลัพธ์และกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ 3) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมบริการเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมของการใช้ความคิดสร้างสรรค์การบริการร่วมกันระหว่างพนักงานและผู้รับบริการส่งผลให้เกิดนวัตกรรมบริการเฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่หลากหลาย

ชลธิชา อินอุ่นโชติ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่านวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจ การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษา

พบว่า นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่โดยรวม ด้านการรักษาผู้รับบริการรายเก่า และด้านการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์ความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อการสร้างฐานผู้รับบริการ และด้านความสัมพันธ์ระยะยาว เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนานวัตกรรมรูปแบบใหม่ให้กับธุรกิจ โดยการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

ปริชล วิมลเมือง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโฮสเทล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการให้บริการของโฮสเทล ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel 2) ศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการโฮสเทล ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel 3) ศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักโฮสเทลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 4) สร้างแนวทางการพัฒนาโฮสเทล ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเชิงคุณภาพจะเป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฮสเทล ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า 1) บริบทด้านบุคลากร บริบทด้านระเบียบการ และ บริบทด้านการดำเนินงาน โฮสเทลเพียงพอต่อผู้รับบริการที่จะมาเข้าพักส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกันในลักษณะการบริหารงานด้วยระบบอิสระ 2) ระดับความพร้อมด้านสถานที่ ระดับความพร้อมด้านห้องพักและห้องน้ำ ระดับความพร้อมด้านความปลอดภัย และระดับความพร้อมด้านทักษะบุคลากร มีความพร้อมอยู่ในระดับที่มาก 3) พฤติกรรมการเข้าพักโฮสเทล ส่วนใหญ่จะรู้จักผ่านคำแนะนำจากเพื่อนและสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่จะมีการเลือกพักแบบห้องส่วนตัว โดยจะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่วางแผนเอาไว้ล่วงหน้า รองลงมาจะเป็นการสังสรรค์และแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้เข้าพัก และปัจจัยในการเลือกโฮสเทล คือ เรื่องของราคาที่ถูก ทำเลที่ตั้ง 4) แนวทางการพัฒนาโฮสเทลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel ความพร้อมของโฮสเทลในด้านห้องพักและห้องน้ำมาเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์การให้ความสำคัญกับเรื่องห้องพักและห้องน้ำเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการให้บริการในโฮสเทลเริ่มต้นด้วยการความสำคัญในด้านห้องพักและห้องน้ำ การเพิ่มคำอธิบายในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ และการรับบุคลากรควรมีทักษะความรู้ในการทำงาน อาทิ ด้านการใช้ภาษา และการสื่อสารภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน

พีรวิธ เจนตระกูลโรจน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี : กรณีศึกษาโฮสเทลพาสุข โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา

อัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ประชาชนทั่วไปรับรู้ได้ 2) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักโฮสเทลในอำเภอเมืองกาญจนบุรี และ 3) เสนอแนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีมีลักษณะเป็นห้องพักเดี่ยวและคู่ที่มีการตกแต่งห้องพักแบบเรียบง่าย โดยการใช้วัสดุจากท้องถิ่นพึ่งพาสภาพแวดล้อมหรือแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงนำมาสร้างเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เฉพาะตัวของโฮสเทล อีกทั้งให้ความสำคัญกับสะอาดและระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงสนับสนุนการส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อดึงดูดผู้รับบริการที่มีความต้องการและความสนใจทางด้านวัฒนธรรมในการเลือกใช้บริการ

ปฐมพร ศรีมณี (2561) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของโรงแรมบูติค 2) ศึกษา นวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 3) ศึกษาปัจจัย นวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการและผู้ประกอบกิจการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากกลุ่มผู้รับบริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการศึกษาพบว่าเชิงคุณภาพพบว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ เช่นเดียวกัน ซึ่งนวัตกรรมบริการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การนำเสนอสินค้า การปรับปรุงการบริการ และการสร้างความหลากหลาย สำหรับนวัตกรรมกระบวนการแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติเพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการ และด้านการปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน

วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษา ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขต

กรุงเทพมหานครและ 4) สร้างสมการพยากรณ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า 1) การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่างตามลำดับ 2) ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจาก 4 ตัวแปร ได้แก่ การแข่งขันเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และนวัตกรรม ตามลำดับ และ 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจาก 3 ตัวแปร ได้แก่ สินค้า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

โสภิสฐา เต็มรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ หัวหน้าฝ่ายของโรงแรมจำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) รูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และ 5) การเข้าใจผู้รับบริการ ซึ่งมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับประสบการณ์ที่ได้รับจริง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโรงแรมที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ดาวศุภร์ บุญญะศานต์ และ ชงศ์สุตา โตท่าโรง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมโดยประยุกต์ใช้แนวคิดนวัตกรรมบริการ ในการสร้างความแตกต่างความโดดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผ่านทางการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าแก่ผู้รับบริการและคุณค่าเชิงเศรษฐกิจสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งกระบวนการวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์แนวทางการสร้างคุณค่างานบริการและการสร้างนวัตกรรมบริการในธุรกิจโรงแรมผ่านการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า การสร้างนวัตกรรม

การบริการให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบนวัตกรรม ได้แก่ 1) การสร้างความเหมาะสมระหว่างการประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่ใช่เทคโนโลยี 2) คุณค่าในการส่งมอบบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ รวมถึงการคำนึงถึงคุณค่าเชิงเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ 3) ระดับของการสร้างนวัตกรรมขึ้นอยู่กับศักยภาพและความสามารถของธุรกิจโดยจะต้องมีการวางแผนและประเมินความคุ้มค่าของการลงทุน และ 4) การปรับกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

รัชมงคล ทองหล่อ และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง วาทกรรมคุณภาพการให้บริการที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มตัวแทนให้บริการจองที่พักแรมแบบ โฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร: บริบทการสื่อสารแบบปากต่อปากบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาวาทกรรมคุณภาพการให้บริการที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มตัวแทนให้บริการจองที่พักแรมแบบโฮสเทล: บริบทการสื่อสารแบบปากต่อปากบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการสามารถสร้างวาทกรรมได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ด้านการบริการ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านความสะอาด และ 4) ด้านสถานที่ตั้ง ผู้รับบริการจะแสดงออกความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจในเชิงบวกและเชิงลบผ่านการสร้างวาทกรรมจากประสบการณ์การเข้ารับบริการ เพื่อบอกต่อหรือสร้างการรับรู้ไปยังผู้รับบริการรายอื่น ทั้งนี้วาทกรรมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยตรง หากเป็นด้านบวกผู้ประกอบการยังคงรักษาคุณภาพการบริการ หากเป็นด้านลบจะส่งผลให้ผู้ประกอบการดำเนินการพัฒนาคุณภาพและแก้ไขคุณภาพการบริการของโฮสเทล

อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจ และ 2) ทดสอบผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง 130 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า 1) การจัดการความเสี่ยงโดยรวมแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ รองลงมา คือ การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม และการควบคุมติดตามอย่างเป็นระบบ 2) การดำรงอยู่ของธุรกิจโดยรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง รองลงมา คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และประสิทธิภาพองค์กร และ 3) การทดสอบผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจพบว่า การวางแผนอย่างเป็นระบบ การติดตามอย่างต่อเนื่อง และการรายงานข้อมูล มีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง โดยแนวโน้มผู้ประกอบการใน

อนาคตควรให้ความสำคัญในการจัดการความเสี่ยงและรักษาเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กสามารถอยู่ได้อย่างมั่นคง

ดารณี อาจหาญ และ สันติธร ภูริภักดี (2564) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตอบสนองภาวะวิกฤตของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษากลยุทธ์การตอบสนองภาวะวิกฤตโควิด -19 ของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า แนวทางและวิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ของธุรกิจโรงแรมแบ่งเป็นวงจรได้ดังนี้ 1) ระยะเวลาสังเกตอาการใช้กลยุทธ์การประหยัดค่าใช้จ่ายภายในธุรกิจโรงแรม 2) ระยะฉุกเฉินใช้กลยุทธ์การปกป้องหรือการประคับประคองการดำเนินธุรกิจให้รอดพ้นวิกฤตการณ์ 3) ระยะเวลาวิกฤตใช้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การจำศีล และกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการ เป็นการจำกัดลดต้นทุนการดำเนินกิจกรรมและปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ตลอดจนรูปแบบการบริการใหม่ 4) ระยะเวลาฟื้นฟูจะใช้กลยุทธ์การฟื้นฟู เป็นการปรับวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ ด้วยการออกแบบนวัตกรรมมาใช้อย่างสร้างสรรค์ในการให้บริการและยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ

กิตติกร เรืองขำ และคณะ(2564) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ประกอบด้วย 1) ด้านสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์สินค้าที่นำมาใช้ในการผลิตอาหารโดยการวิเคราะห์พิจารณาถึงต้นทุน และใช้วิธีการปรับลดปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบ 2) ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีปรับราคาสินค้าให้กับผู้รับบริการ แต่มีการลดราคาเมื่อผู้รับบริการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการใช้ระบบออนไลน์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 4) ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ร้านอาหารมีการส่งเสริมการตลาดให้กับผู้รับบริการที่ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ สามารถรับส่วนลดได้ตามโปรแกรมที่ทางร้านอาหารกำหนดไว้ 5) ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการวิเคราะห์กำลังคนโดยการลดเวลาการทำงานลง และให้ความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน 6) ด้านกายภาพ และการนำเสนอ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทางกายภาพของร้านอาหารทั้งด้านสภาพห้องอาหาร บรรยากาศ การตกแต่ง และอุปกรณ์ต่าง ๆ 7) ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ประกอบการตรวจสอบ

คุณภาพด้านการบริการโดยการนำข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้รับบริการรูปแบบออนไลน์มาใช้
ควบคุมคุณภาพการบริการให้เกิดประสิทธิภาพ

ธัญนันท์ สมบูรณ์รัตนโชค และ วิสันต์ ลมไธสง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง วิถีแบบ NEW NORMAL กับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจบริการโรงแรมสมัยใหม่ ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) บทความวิจัยเป็นการรวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปแนวทางการปรับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามนโยบายของ โรงแรม ต้องมีมาตรการการเว้นระยะห่าง และการสวมหน้ากากอนามัย รวมถึงการหลีกเลี่ยงการสัมผัสที่ไม่จำเป็น เพื่อความปลอดภัยในการร่วมกิจกรรม อีกทั้งการพัฒนาการจัดการของธุรกิจ โรงแรมได้ปรับเปลี่ยนให้ใช้รูปแบบออนไลน์มากขึ้นและยังต้องตามติดผู้รับบริการอยู่เสมอ รวมถึง การให้ความสำคัญของคุณภาพชีวิตของพนักงานในการปฏิบัติที่ลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด-19

สุเมธ กมลศิริวัฒน์ และ บุชรา โพพาทอง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของ ผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA ต่อผลกระทบโควิด -19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2563 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงแรมที่เข้าร่วม SHA ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาแนวคิดและกลยุทธ์การ ปรับตัวการดำเนินงานของโรงแรมที่เข้าร่วม SHA ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) สรุปบทเรียนที่ ผู้ประกอบการโรงแรมได้มีการปรับตัวต่อผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 บทความวิจัยนี้ ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA ต่อผลกระทบโควิด-19 โดยกำหนดกรอบแนวคิดเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ลักษณะและการดำเนินงานของโรงแรม 2) ผลกระทบจากโควิด-19 ที่เกิดขึ้นกับโรงแรม 3) การกำหนดกลยุทธ์เพื่อปรับตัวในด้านต่าง ๆ และ 4) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปรับตัว ผลการศึกษาพบว่า การปรับของธุรกิจโรงแรมตัว จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จำแนกได้ 2 ด้าน คือ 1) จำนวนวันการบริการ และ 2) ระดับราคาห้องพักที่เปลี่ยนแปลงลดลง โดยสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวเพื่อลดรายจ่ายและ สร้างรายได้ให้เกิดความต่อเนื่อง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงระดับราคาห้องพักจะปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับ สถานการณ์เศรษฐกิจที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังใช้กลยุทธ์การปรับตัวและหาวิธีสร้างรายได้ในรูปแบบ ใหม่ด้วยต้นทุนเดิมที่มีอยู่ อีกทั้งการเข้าร่วมมาตรฐาน SHA เป็นการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีผลทางอ้อมในเชิงการรับรู้จากผู้รับบริการภายนอกจาก การได้รับการรับรองมาตรฐานโดยได้รับการสนับสนุนมาตรฐานจากภาครัฐ

รามณรงค์ นิลกำแหง และ กันทิมาลย จินดาประเสริฐ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริการวิถีความปกติใหม่ (New Normal) ของห้องอาหารโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางการบริการวิถีความปกติใหม่ (New Normal) ของห้องอาหารโรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสังเกต และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาการบริการของห้องอาหารภายในโรงแรมพนักงานเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีมาตรการการสร้างความปลอดภัยที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อีกทั้งการนำระบบออนไลน์เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการและการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วแก่ผู้รับบริการ

ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ระชานนท์ ทวีผล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ระลอก 3 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและข้อจำกัดในการจัดการคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ และ 2) วิเคราะห์การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบริษัทข้ามชาติ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้ปรากฏการณ์วิทยารวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผลการศึกษาพบว่า 1) การปรับลดอัตราค่าจ้างคนเพื่อรักษาด้านทุนของโรงแรม ทำให้เกิดปัญหาค่าจ้างพนักงานไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวก 2) การเตรียมความพร้อมในการจัดการช่องว่างของคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านความคิดเห็นของผู้รับบริการ โดยทางโรงแรมก็รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม เพื่อนำมาคาดการณ์และกำหนดรูปแบบการบริการ 2.2) ด้านการออกแบบมาตรฐานการให้บริการด้วยการปฏิบัติตามมาตรการด้านสาธารณสุข เพื่อความปลอดภัยถูกสุขอนามัย 2.3) ด้านศักยภาพการบริการผ่านการมอบหมายการปฏิบัติงานจากแหล่งที่พักอาศัย และการส่งเสริมสมรรถนะของพนักงานด้วยหลักการเพิ่มทักษะใหม่การต่อยอดทักษะเดิมให้เกิดความชำนาญ 2.4) ด้านการสื่อสารโดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการส่งเสริมกิจกรรมการขายร่วมกับรัฐบาล 2.5) ด้านการรับรู้ความพึงพอใจผ่านแบบฟอร์มเพื่อรวบรวมความคิดเห็นที่มีต่อการบริการและการสำรวจข้อมูลผ่านกลุ่มเว็บไซต์อื่น ๆ

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมยุคดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังให้ประเทศไทยมีธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้บริการมากขึ้น บทความวิจัยเป็นการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีอัตราการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในและ

ต่างประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับกลยุทธ์การจัดการที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการพัฒนานวัตกรรมในการตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับบริการยุคใหม่ เพื่อสร้างการบริการและการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของธุรกิจโรงแรมให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Konovalova and Jatuliaviciene (2015) ได้ศึกษาเรื่อง มุมมองการพัฒนานวัตกรรมในโรงแรมโดยตัวอย่างของเครือโรงแรมเรดิสันในยูเครน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นว่าข้อกำหนดเบื้องต้นที่สำคัญและสำคัญที่สุดสำหรับการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันอย่างรวดเร็ว การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมการบริการพยายามที่จะเพิ่มรายได้และมองหาวิธีที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุการแข่งขัน ซึ่งนวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความคิดสร้างสรรค์ใหม่ช่วยผลิตสินค้าและบริการเดิมให้มีความแปลกใหม่ โดยอาศัยการปรับปรุงด้วยความช่วยเหลือของกระบวนการทางเทคโนโลยีและองค์กร สำหรับทิศทางตลาดเครือโรงแรมเรดิสันของประเทศยูเครนได้ใช้นวัตกรรมเปลี่ยนปัญหาอุปสรรค โดยการเพิ่มความหลากหลายทางด้านบริการเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมากขึ้น นับว่าเป็นนวัตกรรมกระบวนการทางความคิด มีการปรับปรุงพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพ

Ana, Paulo, & Carlos (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจการรับรู้ของแบ็คแพ็คเกอร์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโฮสเทล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนความเข้าใจในการประเมินคุณภาพการบริการของแบ็คแพ็คเกอร์ที่จัดหาโฮสเทลโดยการพัฒนาเครื่องมือเพื่อประเมินการรับรู้ของประสบการณ์โฮสเทลโดยรวม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการเป็นแนวคิดหลายมิติ ประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ บรรยากาศทางสังคม ที่ตั้งและการมีส่วนร่วมกับเมืองหลัก พนักงาน ความสะอาด ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงให้เห็นว่ามิติการบริการเป็นหลักสำคัญในการสร้างความรู้สึถึงคุณภาพโดยรวมของผู้รับบริการโฮสเทล จำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการที่สูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันยังคงต้องรักษาความเป็นเอกลักษณ์เดิมของสภาพแวดล้อมของโฮสเทลเพื่อให้บรรลุและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

Elena A. al. (2016) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมในอุตสาหกรรมการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและความสำคัญของนวัตกรรมการจำแนกประเภทปัญหาการใช้งานในอุตสาหกรรมการโรงแรม โดยการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาดทางประสาทสัมผัสในการพัฒนาการตลาดเชิงนวัตกรรมผสมผสานในอุตสาหกรรมการบริการ 1) สายตา 2) การได้ยิน 3) กลิ่น 4) รส 5) สัมผัส 6)

สัญญาตญาณและ 7) ความประทับใจ ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมในอุตสาหกรรมการบริการ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนของอุตสาหกรรมการบริการ ทั้งด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ใหม่ เทคโนโลยี หรือการดำเนินงาน เป็นการจัดการแนวทางใหม่ในการบริหารโรงแรม โดยมุ่งเป้าไปที่ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลของความต้องการของผู้รับบริการและความสามารถในการแข่งขันหรือการสร้างรายได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งขันทางการตลาด ในการดึงดูดผู้รับบริการ

Subramanian, Gunasekaran, & Gao (2016) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมความพึงพอใจในการบริการและการส่งเสริมพฤติกรรมของผู้รับบริการในโรงแรมราคาประหยัดของประเทศจีน : การศึกษาเชิงประจักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและอิทธิพลของความสามารถในการปฏิบัติงานและตัวขับเคลื่อนการตลาดของการแข่งขันที่จำเป็นสำหรับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการด้วยบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ บทความวิจัยนี้เป็นวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสำรวจเชิงประจักษ์ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่ขับเคลื่อนความสามารถในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ผลลัพธ์ทางกายภาพ คุณลักษณะของพนักงาน และการบริการที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการให้บริการของนวัตกรรมใหม่ ซึ่งผู้รับบริการที่เข้าพักโรงแรมราคาประหยัดจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่และภาพลักษณ์ รวมถึงการบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ส่งเสริมความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Jessica Vieira de Souza Meira, Sara Joana Gadotti Dos Anjos, & Christian Daniel Falaster (2018) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมและประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างของผู้จัดการโรงแรมตั้งอยู่ในประเทศบราซิล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของนวัตกรรมและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจโรงแรม 1) ด้านกระบวนการได้รับเชิงผลบวกของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม 2) ด้านการสื่อสารได้รับเชิงผลบวกของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม 3) ด้านกลยุทธ์ ได้รับเชิงผลบวกของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม และ 4) ด้านภาวะผู้นำจะส่งต่อต่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจโรงแรม และการใช้นวัตกรรมโดยตรง

Chatzoglou & Chatzoudes (2018) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของนวัตกรรมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน: กรณีศึกษาการตรวจสอบเชิงประจักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ส่งเสริมบทบาทของนวัตกรรมเชิงประจักษ์ที่มีอยู่ และ 2) ศึกษาผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มบริษัทผู้ผลิตในประเทศกรีซ ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อการจัดการความรู้ ทุนทางปัญญา ความสามารถขององค์กร และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งทั้งหมดขึ้นอยู่กับรูปแบบในการจัดการและการ

ปรับปรุงขององค์กร รวมถึงนวัตกรรมยังส่งผลเชิงบวกในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการตรวจสอบเชิงประจักษ์ จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

Hosseini, Soltani, & Mehdizadeh (2018) ได้ศึกษาเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลกระทบต่อสิ่งใหม่กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: บริษัททุสนิโรเทคนิค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุและประเมินปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 50 คน ผลการศึกษาพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นผลมาจาก คุณภาพ ประสิทธิภาพของนวัตกรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

Reis (2018) ได้ศึกษาเรื่อง วิธีจัดการเครือข่ายทางธุรกิจให้เป็นไปตามกลยุทธ์สากลในภาคการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในโปรตุเกส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้และการจัดการเครือข่ายธุรกิจในฐานะที่เป็นตัวขับเคลื่อนกระบวนการ ทำให้เป็นสากลของโรงแรมแห่งหนึ่งในโปรตุเกส งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายทางธุรกิจมีความสำคัญต่อการจัดการธุรกิจโรงแรมให้มีประสิทธิภาพและเป็นการเพิ่มมูลค่า รวมทั้งสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่น ๆ โดยการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันใช้เป็นกลยุทธ์ทางด้านการเพิ่มคุณภาพการบริการในการตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับบริการ อีกทั้งยังสามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันทางตลาดในธุรกิจบริการ

Martin-Rios & Ciobanul (2019) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์นวัตกรรมบริการ: การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและความท้าทาย งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบจำลองทางทฤษฎีที่พัฒนามาจากการผสมผสานระหว่างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและไม่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ของนวัตกรรมที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของนวัตกรรมด้านการบริการแตกต่างจากนวัตกรรมที่เป็นรูปแบบทางด้านเทคโนโลยี สำหรับนวัตกรรมบริการจะมีการสนับสนุนโดยด้วยรูปแบบของกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งนวัตกรรมแบบผสมผสานจะเกิดขึ้นระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร นอกจากนี้ประสิทธิภาพของนวัตกรรมในระดับองค์กรเป็นการจัดการด้านการบริการที่เกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกับสร้างสิ่งใหม่ขึ้นระหว่างนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ และความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของนวัตกรรมที่ไม่ใช่นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ

Hyun-Jeong, Hayeon, Eun-Kyong, Sanghyeop, & Hak-Seon K. (2019) ได้ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบคุณลักษณะที่สำคัญจากประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงแรมโดยใช้การรีวิวออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของคุณลักษณะความสัมพันธ์เชิง

โครงสร้างของธุรกิจโรงแรม งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ความถี่โดยคำนึงถึงข้อความที่ถูกกล่าวถึงบ่อยที่สุด การวิเคราะห์เครือข่าย การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์บทวิจารณ์ออนไลน์สามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการในการตัดสินใจในการเข้าพัก ตลอดจนการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม

Ziyae, Sadeghi, & Golmohammadi (2021) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการในโรงแรม: มุมมองความสามารถแบบไม่หยุดนิ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมบริการในโรงแรม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา ร่วมกันเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรงแรม 2) ผู้จัดการโรงแรม 3) นักวิชาการโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมบริการมีความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานในการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร และการนำมาพัฒนาต่อยอดโครงสร้างพื้นฐานของโรงแรม ส่งผลต่อการสร้างฐานผู้รับบริการในวงกว้างและการสร้างความเปรียบทางการแข่งขันและการเติบโตของโรงแรมในอนาคต

Stoffers, Eringa, Niks, & Kleefstra (2021) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมสถานที่ทำงานและประสิทธิภาพขององค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจนวัตกรรมสถานที่ทำงานในโรงแรมดัตช์ ระดับ 3 และ 4 ดาว ประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ การวิจัยนี้เป็นการศึกษานี้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ นวัตกรรมสถานที่ทำงานแบบสำรวจที่สร้างขึ้นโดยเครือข่ายนวัตกรรมทางสังคมของเนเธอร์แลนด์ ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของนวัตกรรมในองค์กรและการพัฒนาความสามารถมีอิทธิพลส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตของรายได้ การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ การพัฒนาที่ยั่งยืน และจำนวนอัตราการขาดงานที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งนี้ความสามารถในการจัดการองค์กรภายใน และการลงทุนในความรู้ ย่อมส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรเช่นกัน

Dung & Giang (2021) ได้ศึกษาเรื่อง การตอบสนองเชิงกลยุทธ์ของภาคการโรงแรมต่อโควิด-19: สู่การกลั่นกรองกรอบการจัดการวิกฤตโรคระบาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการตอบสนองกลยุทธ์การรับมือของโรงแรมเพื่อการจัดการกับการสถานการณ์โรคระบาด ผลการศึกษาพบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงธุรกิจโรงแรมเข้าสู่การปรับตัวในสภาวะ "ปกติใหม่" โดยการปรับเปลี่ยนการจัดการที่ให้ความสำคัญด้านความสะอาดเป็นสำคัญ ซึ่งการตรวจสอบและศึกษาโรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เผยให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ในการรับมือกับสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อการวางแผนและพัฒนารูปแบบการจัดการของธุรกิจโรงแรม

Dieguez, Ly, Ferreira, & Silva (2021) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์เครือข่ายผู้ให้บริการดิจิทัล ส่งผลต่อธุรกิจโรงแรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินอิทธิพลของกลยุทธ์เครือข่ายผู้ให้บริการดิจิทัลที่มีต่อธุรกิจโรงแรม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการโรงแรม 5 แห่ง ในประเทศโปรตุเกส ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนให้ผู้ให้บริการที่มีอิทธิพลหลังจากการได้รับบริการ ในการสร้างเครือข่ายการรับรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ให้บริการรายใหม่ ในการสร้างฐานผู้ให้บริการและเพิ่มรายได้ อีกทั้งการตลาดดิจิทัลช่วยปรับปรุงการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์และตราสินค้าของธุรกิจโรงแรม

Marcelo, Jenny. M., Jacqueline d., Hu., & José B. (2022) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดดิจิทัล: ช่องทางสำหรับการมาถึงโฮสเทลในช่วงเวลาที่มีการระบาดใหญ่เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของโฮสเทลระยะสั้นเกี่ยวกับการจัดการการตลาดดิจิทัลในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ในโซน 3 ในเอกวาดอร์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจโฮสเทลสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อขยายช่องทางการรับรู้ของผู้บริการรายอื่น ๆ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนรวมถึงการจำกัดในการติดตามดูแลและการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริการ

Margaretha, Wirawan, & Wowor (2022) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของผู้บริการที่โรงแรมห้าดาวในบาห์ลี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของลูกค้าในโรงแรมระดับ 5 ดาวในจังหวัดบาห์ลี การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณกับการทดสอบสมมติฐาน จากกลุ่มตัวอย่าง 161 คน ที่เคยใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ผลการศึกษาพบว่า การบริการข้อมูลที่ถูกต้องมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรมก่อนการเข้าใช้บริการ อีกทั้งการดูแลเอาใจใส่ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริการ เช่น การบริการอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่จอดรถ การบริการส่งสินค้า เป็นต้น ส่งผลถึงอิทธิพลในเชิงบวกต่อความภักดีของผู้บริการที่โรงแรมห้าดาวในบาห์ลี ตลอดจนการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและการติดตามดูแลเป็นสร้างความน่าเชื่อถือการเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้เกิดการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์รูปแบบและลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาแนวทางการกำหนดคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ตัวแปรอิสระ

ผู้วิจัย	คุณลักษณะของนวัตกรรม							
	ด้านที่ 1 คุณสมบัติ ของสินค้า และ บริการ	ด้านที่ 2 ระบบนิเวศ ทางธุรกิจ	ด้านที่ 3 การสร้าง ภาพลักษ ณ์	ด้านที่ 4 การเข้าถึง รับบริการ และความ ปลอดภัย	ด้านที่ 5 บริการ เสริม	ด้านที่ 6 รูปแบบ ของ รายได้ และกำไร	ด้านที่ 7 การจัดการ ภายใน องค์กร	ด้านที่ 8 พันธมิตร และ เครือข่าย ทางธุรกิจ
ปรารภนา หลีกภัย และคณะ (2557)	✓	✓	✓		✓		✓	✓
สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2559)	✓		✓	✓			✓	
ทศพร บุญวัชรภักย์ และคณะ (2559)	✓		✓			✓	✓	
พีรวัส เจนตระกูลโรจน์ (2560)	✓			✓	✓		✓	✓
ชลธิชา อินอุณโชติ และคณะ (2560)				✓			✓	
ปฐมพร ศรีมณี (2561)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
โคภิชฐา เต็มรัตน์ (2561)	✓			✓	✓	✓	✓	
สุทธิกร กิ่งแก้ว (2563)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดาวศุภกร บุญญะศานต์ และ ชงศ์สุดา โตท่าโรง (2563)		✓	✓	✓		✓	✓	
รัชมงคล ทองหล่อ และคณะ (2564)	✓	✓	✓	✓				✓
อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2564)							✓	
ดารณี อาจหาญ และ สันติธร ภูริภักดี (2564)	✓			✓			✓	
กิตติกร เรืองขำ และคณะ (2564)		✓	✓				✓	
ธัญนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค และวิสันต์ ลมไธสง (2564)				✓			✓	
สุเมธ กมลศิริวัฒน์ และ บุษรา โพวา ทอง (2564)				✓			✓	✓
รามณรงค์ นิลกำแหง และ กันทิมาลัย จินดาประเสริฐ (2565)		✓	✓	✓			✓	✓
ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ระชานนท์ ทวีผล (2565)	✓		✓	✓			✓	
ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2565)		✓	✓		✓		✓	
Tetlan & Grazina (2015)	✓	✓					✓	✓
Ana Brochado, Paulo Rita and Carlos Gameiro (2015)	✓		✓	✓		✓	✓	✓
Subramanian et al. (2016)	✓		✓		✓		✓	
Elena et al. (2016)	✓	✓		✓			✓	✓
Jessica et al. (2018)		✓		✓			✓	✓
Reis (2018)						✓	✓	✓
Martin-Rios & Ciobanu (2019)	✓	✓	✓				✓	✓
Zivae et al. (2021)				✓			✓	
Hyun-Jeong Ban et al. (2019)		✓	✓				✓	
Dung Le a and Giang Phi (2021)				✓			✓	

ผู้วิจัย	คุณลักษณะของนวัตกรรม							
	ด้านที่ 1 คุณสมบัติ ของสินค้า และ บริการ	ด้านที่ 2 ระบบนิเวศ ทางธุรกิจ	ด้านที่ 3 การสร้าง ภาพลักษณ์	ด้านที่ 4 การเข้าถึง รับบริการ และความ ปลอดภัย	ด้านที่ 5 บริการ เสริม	ด้านที่ 6 รูปแบบ ของ รายได้ และกำไร	ด้านที่ 7 การจัดการ ภายใน องค์กร	ด้านที่ 8 พันธมิตร และ เครือข่าย ทางธุรกิจ
Dieguez et al. (2021)		✓	✓	✓				
Marcelo et al. (2022)		✓	✓	✓	✓			
Margaretha et al. (2022)			✓	✓	✓		✓	

จากตารางที่ 1 พบว่า การสังเคราะห์ตัวแปรอิสระแสดงให้เห็นประเภทของนวัตกรรม โดยสามารถกำหนดลักษณะของนวัตกรรมได้ทั้งหมด 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่ 1 คุณสมบัติของสินค้าและบริการ หมายถึง การออกแบบรูปลักษณ์ของสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งและมีความน่าสนใจ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มผู้รับบริการ ด้านที่ 2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ หมายถึง การนำเสนอการบริการแบบครบวงจรควบคู่กับการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการในกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ ด้านที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ หมายถึง การเสริมสร้างกิจกรรมการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า และการสร้างการจดจำหรือรับรู้กับผู้รับบริการอย่างแพร่หลาย ด้านที่ 4 การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย หมายถึง การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความครอบคลุมทั้งระบบออนไลน์และทำเลที่ตั้ง รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นให้ผู้รับบริการระหว่างการเข้าพัก ด้านที่ 5 บริการเสริม หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการเกิดความต่อเนื่อง และการดูแลติดตามผู้รับบริการหลังกระบวนการบริการสิ้นสุดลง ด้านที่ 6 รูปแบบของรายได้และกำไร หมายถึง การสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มการบริการหรือกิจกรรมสำหรับการรองรับผู้รับบริการ ด้านที่ 7 การจัดการภายในองค์กร หมายถึง การประเมินปัญหาและการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร รวมถึงการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการควบคู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านที่ 8 พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ หมายถึง การระดมความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการในเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้ยกบทสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจ หรือผู้จัดการธุรกิจโฮสเทล จำนวน 8 แห่ง ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ (1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) (2) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) (3) เจนนีโฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) (4) คอสตาเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin) (5) เดอะมูล โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) (6) เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel) (7)ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe) และ (8) โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตจากแหล่งต้นกำเนิดความรู้ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลข้อเท็จจริงและหลักฐานในการยืนยันความถูกต้องจากการค้นหาข้อมูลเพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์การรายงานผลการวิจัยในการทำวิจัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) โดยกำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังนี้

- 1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล
- 1.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ ถูกคัดเลือกแบบเจาะจงกับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ที่ตั้งอยู่ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 8 คน แบ่งละ 1 คน ได้แก่ (1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) (2) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) (3) เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) (4) คอสตาเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin) (5) เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) (6) เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel) (7)ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe) และ (8) โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกอย่างกว้างขวาง ตามประเด็นที่ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดเงื่อนไขหรือคุณสมบัติตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละบุคคลที่เป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีประสบการณ์ในการควบคุมดูแลทรัพยากร ภายในโรงแรมประเภทต่าง ๆ ในขอบเขตพื้นที่

การศึกษา ไม่น้อยกว่า 5 ปี ที่จะต้องสามารถอธิบายความหมายและประสบการณ์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่ปรับเปลี่ยน เพื่อตอบสนองให้เท่าทันตามยุคสมัย รวมทั้งยังเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) ซึ่งทั้งหมดมีการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ประเภทธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคสนามระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง เมษายน พ.ศ. 2565 ดังต่อไปนี้

1.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้าง ปลายเปิด เพื่อสะท้อนความคิดเห็นจากประเด็นปัญหาของการวิจัยออกมาอย่างลึกมีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ (1) ท่านมีคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลของท่านอย่างไร (2) ท่านพบข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลของท่านอย่างไร

1.2.2 แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) พิจารณาจากสภาพแวดล้อมในปรากฏการณ์ รวมถึงการประเมินนวัตกรรมแต่ละประเภทที่มีผลต่อการเลือกเข้ารับบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะมีลักษณะของตารางบันทึกผลที่เกิดขึ้นจากภาคสนามตามข้อคำถามในแต่ละข้อ โดยผู้วิจัยจะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ในฐานะผู้รับบริการในภาคสนาม

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

ผู้วิจัยได้เรียบเรียงผลการศึกษาจากกระบวนการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้จัดการทั่วไปในของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลร่วมกับเทคนิคการสังเกตบริบทพื้นที่ เพื่อศึกษาในประเด็นปัญหาการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในข้อที่ 1 โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการค้นทางเลือกสำหรับการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นแนวคิดการนำเสนอประสบการณ์ของผู้คนผ่านรูปแบบการเรียนรู้และการทำความเข้าใจความหมายผ่านการสนทนาจากผู้ที่ใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมนั้น (Wood & Haber, 2002) จากนั้นผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.3.1 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่ภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดย มีการบันทึกข้อมูลด้วยปากกา สมุดบันทึก โทรศัพท์มือถือสำหรับบันทึกภาพ และเสียงระหว่างการ

1.3.2 ผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์เชิงลึกตามข้อคำถามการวิจัย หากประเด็นใดมีความไม่ชัดเจน จะมีการสัมภาษณ์เชิงลึกซ้ำ รวมทั้งการสังเกตบริบทพื้นที่ของแต่ละธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องและขยายผลตามความแตกต่างตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.3 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและถอดความหมายที่ได้โดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาอ้างอิงสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการสรุปผล และอภิปรายผลข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ครบถ้วน ซึ่งทางผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

1.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลความน่าเชื่อถือด้วยหลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data) ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลัก และสถานที่ เนื่องจากการให้สัมภาษณ์ในช่วงเวลาหรือสถานที่ที่ต่างกัน ผู้ให้ข้อมูลหลักอาจจะให้ข้อมูลที่หลายหลากและแตกต่างกันออกไปด้วย (2) ด้านผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน (Researcher) โดยใช้ผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแต่ละคนอาจจะเกิดการประมวลผลที่ไม่ตรงกันจะนำมาเพิ่มผลการศึกษาที่สมบูรณ์ และ (3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method) เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลจากวิธีการเก็บข้อมูลหลายเทคนิคซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์โดยตรงว่าผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นมีปฏิสัมพันธ์หรือคำตอบไปในทิศทางไหน และการใช้การสังเกตร่วมในการอีกทางว่าสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลนั้นมีข้อเท็จจริงอย่างไร (สุภางค์ จันทวานิช, 2557)

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการบริการ และความคิดเห็นด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา โดยกำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังต่อไปนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.2 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยความเที่ยงตรง

2.4 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ชาวไทย ที่มาพักอาศัยค้างคืนในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ (1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) (2) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) (3) เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) (4) คอสตาเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin) (5) เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) (6) เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel) (7)ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe) และ (8) โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วย G* POWER (Faul et al.2007) มีตัวแปรอิสระ 8 ด้าน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 160 โดยใช้การสุ่มแบบโควต้าตามธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล 8 แห่ง แห่งละ 20 ตัวอย่าง ซึ่ง G*Power เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปใช้สำหรับการทดสอบทางสถิติที่ใช้กันทั่วไปในการวิจัยทางสังคมและพฤติกรรม โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างมีการระบุเงื่อนไขการใช้งานตามตัวแปร ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องมีข้อมูลในการกำหนดค่าตัวแปรที่ต้องระบุ เพื่อแสดงผลจำนวนตัวอย่าง การใช้โปรแกรม G*Power จะช่วยอำนวยความสะดวกในการคำนวณขนาดตัวอย่างได้อย่างรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสร้างแบบจำลองชุดคำถามตามประเด็นภายใต้แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) รวมทั้งยังมีการใช้มาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากตารางที่ 2 อธิบายได้ว่า ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความคิดเห็นที่มีค่าคะแนนแตกต่างกัน จากนั้นทางผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนของแบบสอบถามที่ระบุจำนวนข้อดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ สถานะสภาพสมรส ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามทั้งหมดมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีจำนวนทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้าพัก รูปแบบการสำรองห้องพัก ประเภทของห้องพัก จำนวนคืนการเข้าพัก อัตราค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ บุคคลร่วมเดินทาง การเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยคำถามทั้งหมดมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบไปด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 1) คุณสมบัติของสินค้าและบริการ 2) ระบบนิเวศทางธุรกิจ 3) การสร้างภาพลักษณ์ 4) การเข้าถึงผู้รับบริการ 5) บริการเสริม 6) รูปแบบของรายได้และกำไร 7) การจัดการภายในองค์กร 8) พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ โดยคำถามทั้งหมดมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวนทั้งหมด 24 ข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Context Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากความคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึงแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยค่าความเที่ยงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการโรงแรมและบริหารธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน เป็นการเลือกแบบเจาะจง จากนั้นผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาตรวจสอบข้อคำถามและแสดงความคิดเห็น เป็นรายชื่อ (สุวิมล ติรกานนท์, 2551) โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC	หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)
R	หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ท่าน
ค่า +1	หมายถึง ข้อคำถามสามารถนำวัดได้
ค่า 0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสามารถวัดได้
ค่า -1	หมายถึง ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้
N	หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ภายหลังจากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบข้อคำถาม และแสดงความคิดเห็นเป็นรายชื่อ พบว่า ผลการตรวจสอบค่า IOC จะต้องมียค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ในการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นต่อไป โดยแบบสอบถามชุดนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

2.4 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้พิจารณาเนื้อหาในแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงกับผู้รับบริการที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามแต่ละข้อที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการพิสูจน์ว่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the Best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ที่จะต้องมีค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.70 (Cronbach, 1951) โดยพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.94 ซึ่งนับว่าเป็นค่าเชื่อมั่นอยู่ในระดับ

พอใช้ จึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับทดสอบความเชื่อมั่น ผู้ใช้บริการชาวไทยในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ให้บริการชาวไทยในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามสูตรสมการดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α เป็นสัมประสิทธิ์แอลฟา

n เป็นจำนวนข้อคำถามหรือแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ เป็นความแปรปรวนของคะแนนข้อที่ i

s_t^2 เป็นความแปรปรวนของคะแนนรวม t

จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากกลุ่มทดลองภาคสนาม จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟายังสามารถอธิบายค่าระดับที่แตกต่างกันตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา α	การแปลความหมายระดับความเที่ยง
มากกว่า .9	ดีมาก
มากกว่า .8	ดี
มากกว่า .7	พอใช้
มากกว่า .6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า .5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ .5	ไม่สามารถรับได้

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัยจากแหล่งข้อมูลและระดับความลึกที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

2.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน โดยกำหนดรูปแบบการสุ่มแบบโควต้า (Quota Sampling) แห้งละ 20 คน รวมกับเทคนิคการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้รับบริการชาวไทยในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้นผู้วิจัยจะรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

2.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเนื้อหาจากแนวคิดทฤษฎี ได้แก่ เอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางสถิติ รวมถึงข้อมูลในระบบสารสนเทศ เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของเนื้อหาและการวิเคราะห์ผลการวิจัยได้อย่างถูกต้อง

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินการตรวจสอบด้วยวิธีการคัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นจะเข้าสู่การลงรหัส (Coding) ที่ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทดสอบลงรหัสตามที่กำหนดไว้ เพื่อประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนาตามสัดส่วนของแบบสอบถามมีขั้นตอนดังนี้

2.6.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลส่วนบุคคลในแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานะสมรส ศาสนาอาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการ โดยกำหนดให้มีการแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

2.6.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบไปด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 1) รายได้และผลกำไร 2) การจัดการภายในองค์กร 3) พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ 4) คุณสมบัติของสินค้าและบริการ 5) ระบบนิเวศทางธุรกิจ 6) การสร้างภาพลักษณ์ 7) การเข้าถึงผู้รับบริการ และ 8) การบริการเสริม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์สมบูรณ์ (Absolute Criteria) โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ลำดับ (Best, 1977) โดยการพิจารณาได้จากสมการดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราภาคขั้น} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} / \text{จำนวนขั้น} \\
 &= (5-1)/5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

สำหรับเกณฑ์การวัดระดับคะแนนแบ่งเป็น 5 ช่วงลำดับ เพื่อนำมาใช้แทนความคิดของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยกำหนดเกณฑ์การแปลระดับคะแนนจากความคิดเห็นตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 การกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนตามระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับคะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	ระดับความสำคัญน้อยสุด

จากตารางที่ 4 แสดงการกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนตามระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการแปลผลของคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ระหว่างเดือน พฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2565

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (2) ระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตจากแหล่งต้นกำเนิดความรู้ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลข้อเท็จจริงและหลักฐานในการยืนยันความถูกต้อง โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวิธีการปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 8 คน ที่เป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแต่ละบุคคลที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการควบคุมดูแลทรัพยากรของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในขอบเขตพื้นที่การศึกษา ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยสามารถอธิบายความหมายและประสบการณ์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนให้ทันตามยุคสมัยทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามที่ปรากฏ ดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับที่	นามสมมติ	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์	ประเภทห้อง	วันที่เก็บข้อมูล
1	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณเอ	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 5 ปี	ห้องพักทั้งหมดมีจำนวน 17 ห้อง ได้แก่ ห้องเตียงเดี่ยว ห้องเตียงคู่ ห้องสามเตียง และห้องครอบครัว	27 พ.ย. 64
2	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณบี	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 5 ปี	ห้องพักทั้งหมดมีจำนวน 4 ห้อง เป็นห้องพักรวม โดยมีจำนวนเตียง 20 เตียง	27 พ.ย. 64

ลำดับ ที่	นามสมมติ	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์	ประเภทห้อง	วันที่เก็บ ข้อมูล
3	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณซี	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 5 ปี	ห้องพักทั้งหมดมีจำนวน 6 ห้อง เป็นห้องรวม 3 ห้อง 3-4 เตียง และห้องเดี่ยว 3 ห้อง	27 ธ.ค. 64
4	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณดี	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 7 ปี	ห้องพักทั้งหมด 8 ห้อง เป็นห้องเดี่ยว 6 ห้อง และ ห้องรวม 2 ห้อง 6 เตียง	25 ม.ค. 65
5	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณอี	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 5 ปี	ห้องพักทั้งหมด 12 ห้อง แบ่งเป็นห้องพักรวม 3 ห้อง โดยมี 2 ห้องที่มี 8 เตียง ส่วนที่เหลือ 4 เตียง	11 ก.พ. 65
6	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณเอฟ	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 7 ปี	ห้องพักทั้งหมด 12 ห้อง แบ่งเป็นห้องพักรวม 1 ห้อง และห้องเตียงเดี่ยว 11 ห้อง	22 เม.ย. 65
7	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณจี	ผู้จัดการ	มากกว่า 6 ปี	ห้องพักทั้งหมด 8 ห้อง แบ่งเป็นห้องพักรวม 3 ห้อง โดยมี 2 ห้อง 6 เตียง และ 1 ห้อง 4 เตียง รวมทั้งห้องเตียงเดี่ยว 5 ห้อง	6 พ.ค. 65
8	ผู้ให้สัมภาษณ์คุณเฮช	ผู้ประกอบการ	มากกว่า 6 ปี	ห้องพักทั้งหมดมี 2 ห้อง เป็นห้องพักรวมทั้งหมดซึ่ง แต่ละห้องมี 6 เตียง	9 พ.ค. 65

จากตารางที่ 5 แสดงคุณลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 8 คน เพื่อวิเคราะห์ตามวิธี
ปรากฏการณ์วิทยา จำแนกประเด็นปัญหาตามแหล่งข้อมูลทั้งสิ้น 8 แห่ง โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผล
การศึกษาตามลำดับช่วงเวลาและขอบเขตด้านพื้นที่ซึ่งถูกกำกับไว้ด้วยนามสมมติ ดังนี้

1. เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin)

1.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

1.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดรูปแบบของห้องพักแบ่งเป็นประเภทเตียงเดี่ยว เตียงคู่ สามเตียง และสี่เตียง เพื่รองรับและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถนอนรวมกลุ่มกันหรือหากต้องการแยกห้องพักตามเพศสภาพ สำหรับช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีการปรับเปลี่ยนห้องพักรายบุคคล เพื่อความปลอดภัยของผู้รับบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ห้องพักเราเป็นห้องพักธรรมดา มีการแบ่งเป็นห้องรวมชาย ห้องรวมหญิง และห้องเดี่ยวสำหรับลูกค้าที่ชอบความเป็นส่วนตัว แต่เพราะช่วงโควิดจึงเปลี่ยนห้องพักเป็นห้องเดี่ยวทั้งหมด ไม่ให้ลูกค้าที่มาจากต่างที่กันนอนรวมในห้องเดียวกัน” (โรงแรม J, 2564)

1.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอสินค้าและบริการในลักษณะของการบอกแบบปากต่อปากของกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างฐานของผู้รับบริการรายใหม่อย่างต่อเนื่องในวงกว้าง ลำดับต่อมาจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ เฟสบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มตัวแทนจัดจำหน่ายคนกลางทางการท่องเที่ยว (Online Travel Agency) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของทางธุรกิจ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราโปรโมทที่พักของเราผ่านทางออนไลน์ Booking Agoda และ Facebook แต่ส่วนมากจะเป็นแบบปากต่อปากจากลูกค้าเก่าทั้งคนไทย และต่างชาติ เพราะเรายังมีการติดต่อกับลูกค้าตลอด ทำให้ลูกค้าส่วนมากจะมาจากการบอกต่อ” (โรงแรม J, 2564)

1.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลคำนึงด้านความสะอาดและความปลอดภัยเป็นลำดับแรก ๆ รวมทั้งการสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการที่เกี่ยวข้องเรื่องของการเดินทางเข้าสู่ที่พัก ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตอำเภอหัวหิน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ความสะอาดเป็นเรื่องที่สำคัญมากในสถานการณ์โควิด และเราก็ได้เน้นเรื่องของความสะอาด สะดวก และสบาย เป็นหลักให้ลูกค้าที่เข้ามาเข้าพัก เราได้เปรียบในส่วนในเรื่องพื้นที่ที่เราอยู่ใกล้กับแหล่งอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว” (โรงแรม J, 2564)

1.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการเข้าถึงผู้รับบริการผ่านตัวแทน Online Travel Agency เพื่อแสวงหาผู้รับบริการที่สนใจ และกลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมระดับโลกอย่าง Facebook และวอตส์แอปป์ (WhatsApp) ซึ่งเป็นการพึ่งพาการติดต่อสื่อสารที่แบ่งตามความนิยมของผู้รับบริการแต่ละประเทศ ทั้งนี้ เรื่องของความปลอดภัยได้ติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อคอยดูแลความปลอดภัยภายในพื้นที่ต่าง ๆ และยังเป็นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ลูกค้ารู้จักเราผ่านทาง Booking Agoda Facebook และการบอกต่อของลูกค้า เราได้ใช้แอปพลิเคชัน เช่น WhatsApp ในการติดต่อกับลูกค้าเก่าต่างชาติในต่างประเทศโดยใช้แอปพลิเคชันนิยมใช้กันเป็นหลัก เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า” (โรงแรม J, 2564)

1.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า การรับแจ้งปัญหาผ่านทางโทรศัพท์แก่พนักงาน โดยจะต้องติดตามแก้ไขปัญหาของผู้รับบริการอย่างทันท่วงที โดยทางโฮสเทลจะมีการประสานงานไปยังโรงพยาบาลอยู่บ่อยครั้ง ในกรณีที่มีการเคลื่อนย้ายผู้รับบริการที่เกิดอุบัติเหตุ หรือการเจ็บป่วยที่ต้องได้รับการดูแลถึงในห้องพัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาของลูกค้าทันที ซึ่งเคยเจอกรณีที่ลูกค้าเกิดต้องเข้าโรงพยาบาลด่วน ทางเจนีโฮสเทลหัวหน้าก็ติดต่อเรียกรถพยาบาลให้ลูกค้า หรือไม่ว่าจะเป็นการให้เข้ามารักษาดูแลภายในที่พัก” (โรงแรม J, 2564)

1.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า การเพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้นอกจากค่าบริการห้องพัก รวมทั้งยังได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายรายการอาหารและเครื่องดื่มให้กับผู้รับบริการโดยมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ทางเรามีการบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับลูกค้า ” (โรงแรม J, 2564)

1.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดรูปแบบการจัดการขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลโดยตรง ซึ่งมีการจ้างพนักงานทำความสะอาด และพนักงานบริการส่วนหน้าตำแหน่งละ 1 คน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมทั้งยังต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าพักภายในห้องพักลักษณะห้องรวมทั้งหมดให้กลายเป็นห้องพักแบบส่วนตัวมากขึ้น และมีการให้บริการห้องพักสำหรับกลุ่มผู้รับบริการแบบ

รายเดือน ซึ่งมีการปรับราคาให้ต่ำกว่าราคาปกติ เพื่อดึงดูดผู้รับบริการชาวไทยที่ต้องการหาที่พักระยะยาวเข้ามาทดแทน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราจ้างพนักงานทำความสะอาด และพนักงานที่ลูกแลส่วนหน้า อย่างละ 1 คน เพื่อเป็นการลดต้นทุน ซึ่งจากสถานการณ์โควิดเราเปลี่ยนห้องพักรวมเป็นห้องพักแบบส่วนตัวทั้งตัวทั้งหมด และเน้นรับลูกค้ารายเดือนมากกว่าในราคาที่ไม่สูง” (โรงแรม J, 2564)

1.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้รับบริการได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการนำเสนอการบริการสู่ผู้รับบริการรายใหม่ เพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราจะได้ลูกค้ารายเก่าที่เคยมาพักในการบอกต่อและเชิญชวนให้มาพักเจนนีโฮสเทล หัวหิน” (โรงแรม J, 2564)

1.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า แหล่งเงินทุนเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นส่วนช่วยการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้มีต้นทุนผันแปรลงต่ำลง อาทิ แม่บ้าน ช่างแอร์ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จะเป็นเรื่องของเงินทุนสำรองค่าใช้จ่ายในการจัดการ อีกทั้งการควบคุมค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างคนภายนอก เช่น แม่บ้าน ช่างแอร์” (โรงแรม J, 2564)

2. หัวหินไนท์ มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel)

2.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบห้องพักราคาต่ำ แคปซูลสี่पासเทล ที่ได้แรงบันดาลใจการออกแบบมาจากประเทศญี่ปุ่น กำหนดความแข็งแรงของเตียงนอนที่ใช้ในห้องพัก และมีการบริการที่แสดงออกถึงความดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเหมือนกับคนในครอบครัว มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรานำรูปแบบห้องพักลักษณะแคปซูลของโฮสเทลญี่ปุ่นที่มาสร้างเป็นโฮสเทล เน้นลักษณะสี่ที่สบายตาแบบพาสเทลเป็นสีฟ้าขาว และความแข็งแรงของเตียงนอนที่เวลาขยับจะไม่มีเสียงแบบเตียงโครงเหล็ก การดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนเพื่อน พี่น้อง คนในครอบครัว” (โรงแรม M, 2564)

2.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอผ่านช่องทางกลุ่มเว็บไซต์ Online Travel Agency เป็นหลัก เช่น Booking Agoda เป็นต้น อีกทั้งยังมีการให้บริการเขียนกระดานโพสอิสหรือกระดานโต้เพื่อแสดงความคิดเห็นในการรับบริการ จากนั้นนำมาฝึกลงบนกำแพงของพื้นที่ส่วนกลาง และยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริการแสดงออกถึงประสบการณ์ในการเข้าพักให้กับผู้อื่นได้รับทราบ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ารายใหม่ ๆ โดยผ่านช่องทางออนไลน์ใน Agoda Booking และ Traveloka รวมถึงยังมีลูกค้าที่ Walk in และยังให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นในกระดานโพสอิสแล้วปะที่กำแพงเพื่อให้ผู้ที่มาพักเกิดความรู้สึกที่ดีที่ได้มาพักที่นี่” (โรงแรม M, 2564)

2.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการบริการแบบเป็นกันเองเหมือนอยู่เป็นครอบครัว ถึงแม้ว่าผู้บริการจะเดินทางมาทำคนเดียวจะรู้สึกโดดเดี่ยว โดยมีกิจกรรมบอร์ดเกม (Board Game) ที่สามารถร่วมเล่นกับผู้อื่นได้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริการรายอื่น อีกทั้งยังมีการเลือกใช้เตียงที่หลับสบายและเหมาะแก่การพักผ่อน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราบริการลูกค้าแบบครอบครัวและเป็นกันเอง เคยมีลูกค้าเดินทางมาพักคนเดียวโดยการบริการของเราทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีเพื่อนที่พูดคุยดูแลตลอดเวลา มีการชวนเล่นเกมกิจกรรมต่าง ๆ กับลูกค้ารายอื่น รวมถึงเจ้าของเองด้วย และเรื่องของเตียงนอนเป็นการพูดแบบปากต่อปากว่าเตียงที่นี่เป็นเตียงดูด นอนแล้วหลับสบาย” (โรงแรม M, 2564)

2.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้บริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การใช้ประโยชน์จาก Online Travel Agency และ Facebook ของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลพร้อมกับการดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้บริการเข้าพัก โดยติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อติดตามและดูแลผู้บริการในระหว่างการเข้าพัก รวมทั้งยังช่วยเพิ่มความปลอดภัยแก่ทรัพย์สิน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“นอกเหนือจากลูกค้าที่ Walk in เราเข้าถึงลูกค้าโดยผ่านตัวแทน Booking Agoda Traveloka และ Facebook และเรื่องความปลอดภัยไม่เคยเจอปัญหาและการลักขโมย แต่มีการติดกล้องวงจรปิดในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อสร้างความวางใจและการนำเสนอแก่ผู้รับบริการการในการเข้าพัก” (โรงแรม M, 2564)

2.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า การติดต่อประสานงานบริการการเช่ารถจักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนบุคคล และบริษัทนำเที่ยวให้แก่ผู้บริการ อีกทั้งการติดตามดูแลผู้รับบริการผ่านการสื่อสารทางโทรศัพท์มือถือ กรณีที่ผู้รับบริการยังไม่ได้เดินทางกลับเข้าพักในช่วงระยะเวลากลางคืน จะมีการสอบถามและติดตามอย่างใกล้ชิด มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการติดต่อบริการการเช่า รถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ และเกี่ยวกับการเดินทางเที่ยวให้ลูกค้าที่สนใจ และยังมีการโทรติดตามกรณีที่ลูกค้ายังไม่เข้าพักในเวลาอีก ๆ หรือไม่ได้มีการแจ้งว่าจะกลับช่วงเวลาไหน จะพยายามติดตามและดูแลตรงส่วนนี้” (โรงแรม M, 2564)

2.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า มีการกำหนดรูปแบบบริการสอนโยคะให้แก่ผู้รับบริการภายนอก โดยมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นช่องทางการสร้างรายได้เสริมแก่ธุรกิจในช่วงที่มีจำนวนผู้รับบริการเข้าพักน้อยลง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราเปิดสอนโยคะให้ผู้คนภายนอกที่สนใจ และการสอนแบบส่วนตัวที่บ้าน เพื่อให้รายได้ช่องทางหนึ่ง” (โรงแรม M, 2564)

2.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของการจัดการของธุรกิจเป็นลักษณะกิจการภายในครอบครัว โดยมีการบริหารนโยบายการบริการต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่มีการจัดจ้างพนักงาน ทำให้ไม่พบปัญหาค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานแต่ละตำแหน่ง อีกทั้งการตั้งราคาของห้องพักไม่ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปจากราคาที่ตั้งไว้ ถึงแม้จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากเป็นราคาที่ผู้รับบริการสามารถจับต้องได้ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราดูแลจัดการกันเองเป็นธุรกิจครอบครัว และไม่ได้จ้างพนักงานทำความสะอาดหรือทำห้อง เพราะตัวเราเองก็มีประสบการณ์ทางด้านโรงแรมสามารถที่จะดูแลในส่วนของการทำห้องได้ เรื่องของราคาที่พักไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากราคาที่ตั้งไว้มีราคาที่ค่อนข้างถูก และทุกคนสามารถจ่ายให้เราได้ ” (โรงแรม M, 2564)

2.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลมีการประสานงานในลักษณะของการติดต่อไปยังตัวแทนบริการประเภทธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วนบุคคล จักรยานยนต์ และบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นตลอดจนกลุ่มธุรกิจซักรีดที่เป็นคู่ค้าในการส่งผ้าซักในราคาพิเศษ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราได้บริการติดต่อการเช่ารถยนต์ จักรยานยนต์ และตัวแทนนำเที่ยว สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ อีกทั้งยังมีการใช้บริการซักรีดที่รู้จักในราคาที่พิเศษ” (โรงแรม M, 2564)

2.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่จำเป็นในปัจจุบัน แต่จะมีการเพิ่มในเรื่องของต้นทุนการปรับเปลี่ยนของอุปกรณ์ในการบริการ อีกทั้งเป็นธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นองค์กรขนาดเล็กที่ยังสามารถให้บริการได้ โดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุนด้านเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มเติมจากเดิม แนวทางการซ่อมบำรุงมีการวางแผนการปรับเปลี่ยนคีย์การ์ดให้เป็นประตูอัตโนมัติแต่ถูกระงับไว้ เนื่องจากต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายในช่วงวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ประกอบการรายได้ของผู้ประกอบการลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการเก็บเงินทุนสำรองในการหมุนเวียนรายจ่ายฉุกเฉินจึงเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่า มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จริง ๆ แล้วเราจะทำในลักษณะคีย์การ์ดเข้ามาให้ลูกค้าในการเข้าออกโฮสเทลรูปแบบประตูอัตโนมัติ แต่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้มีเรื่องของค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าคุ้มหรือไม่ในสถานการณ์แบบนี้ และยังคงเห็นว่าธุรกิจโฮสเทลฯ ของที่นี่ ยังสามารถที่จะดูแลและเฝ้าระวังการเข้าออกได้ด้วยตนเอง เพื่อเป็นการลดต้นทุนในส่วนนี้ออกไป” (โรงแรม M, 2564)

3. เจ็ทตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel)

3.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

3.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งโดยสถาปัตยกรรมและโครงสร้างเดิม รวมทั้งการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในการตกแต่งหรือดัดแปลงให้เหมาะสมกับพื้นที่ส่วนกลาง และภายในห้องพักเป็นแบบสไตล์แบบวินเทจหรือย้อนยุค ที่สื่อถึงความ

เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับเครื่องนอนที่มีกลิ่นหอมและนุ่ม โดยใช้วัสดุผ้าฝ้ายคุณภาพสำหรับผู้รับบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ลักษณะการตกแต่งของเรา เราจะเน้นใช้ของเก่า และของตกแต่งในราคาไม่แพงมาก นำมาดัดแปลงปรับใช้ตกแต่งบริเวณที่พัก และใช้ผ้า Cotton 100% ที่เวลาลูกค้าเข้ามาพักได้สัมผัสถึงความนุ่มและความหอมของที่นอนสำหรับการพักผ่อน” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการผ่านโครงสร้างทางเทคโนโลยี โดยใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ Line ที่มีประสิทธิภาพในการโต้ตอบข้อมูลกับทางผู้รับบริการได้ พร้อมการเปิดช่องทางสำหรับการประชาสัมพันธ์และการสำรองห้องพักผ่าน Online Travel Agency มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราได้นำเสนอที่พักผ่าน Facebook, IG, Line และ Online Travel Agency จะเป็นออนไลน์ทั้งหมด” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า เนื่องด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก รวมถึงสถานที่ของโฮสเทลติดกับชายหาดทะเล และยังเป็นแหล่งศูนย์รวมของร้านอาหาร จึงทำให้ได้เปรียบเรื่องของการแข่งขัน อีกทั้งการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีความโดดเด่นแตกต่างและยังเป็นจุดหมายปลายทางที่ใกล้ชายหาดทะเลในภาคกลางและภูมิภาคใกล้เคียง รวมถึงการที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงเคยมาพัก จึงทำให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้รับบริการรายเก่าและรายใหม่ใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จากที่ลูกค้าเก่ามาพักจำนวน 20 ครั้ง เรารู้ว่าที่พักของเราเป็นที่พักที่ได้เปรียบในเรื่องของแหล่งที่ตั้งใกล้ทะเลและของกิน ในราคาที่ไม่แพง และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังมีการโปรโมทว่าศิลปินเคยมาพักที่นี่ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในฐานของแฟนคลับ” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การประสานความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้รับบริการผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram, Line และ Online Travel Agency ซึ่งสามารถให้ข้อมูลโดยตรงกับผู้รับบริการตามบัญชีผู้ใช้แบบรายบุคคล รวมถึงสถานที่ตั้งยังเป็นทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมระบบรักษาความปลอดภัยด้วยคีย์การ์ดในการเข้า ออกผ่านประตู และการ

ติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ภายในห้องพักยังมีทำความสะอาดโดยเครื่องฆ่าเชื้อโรคด้วยแสง UV เพื่อคำนึงถึงความห่วงใยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และทางผู้ประกอบการยังได้รับเครื่องหมายที่แสดงถึงมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยสำหรับกิจการด้านการท่องเที่ยว ที่จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี (SHA) เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยด้านสุขอนามัย มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราใช้ลักษณะออนไลน์แบบ 100% ในการเข้าหาลูกค้า และพยายามทำให้ลูกค้าติดต่อโดยตรงจากทางเรามากกว่าตัวแทนจำหน่าย ในส่วนเรื่องของการเดินทางก็สามารถเดินทางหรือใช้รถส่วนตัวเข้ามาถึงที่พักได้ และความปลอดภัยในสถานการณ์โควิด 19 เราเน้นเรื่องสุขภาพของลูกค้ามากกว่าเดิม มีการทำความสะอาดโดยเครื่องฆ่าเชื้อโรคมาช่วยในการทำห้องพักและส่วนกลาง และมีระบบสครีนการ์ดในการเปิดปิดประตูทางเข้าหลัก อีกทั้งยังมีกล้องวงจรปิดที่ติดตั้งตามพื้นที่ส่วนกลางเพื่อระวังความปลอดภัยให้ลูกค้า” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า การบริการรูปแบบดูแลตัวเอง (Self Service) ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การเข้าพักเป็นต้นไป ในกรณีที่ต้องการความช่วยเหลือทางผู้รับบริการยังสามารถแจ้งโดยตรงกับพนักงาน และในกรณีฉุกเฉินหรือกิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือ กระทั่งหน้า อาทิ การเรียกรถรับ-ส่งในการเดินทางต่าง ๆ ในเขตอำเภอหัวหิน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราเป็นโฮสเทลที่ส่วนใหญ่ลูกค้าจะดูแลตัวเอง ในลักษณะของ Self Service แต่ก็ยังคงมีการให้ความช่วยเหลือในบางส่วนที่ลูกค้าต้องการ เช่น การเรียกแกร็บเพื่อไปส่งตามที่ต้องการ” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า การบริการห้องพักที่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายโดยปรับลดราคาคิดเป็นร้อยละ 20-30 ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 และมีการบริการจัดนำเที่ยวให้แก่ผู้รับบริการ อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกในเรื่องของการบริการรถแท็กซี่และรถจักรยานยนต์ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการจัดทำทัวร์เองให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพักในบริเวณเขตพื้นที่หัวหิน การรับจองตัวรถบัส บริการเรียกรถแท็กซี่ และรถจักรยานยนต์” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการภายในองค์กรเป็นธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีจำนวนห้องพักทั้งหมด 6 ห้อง ทำให้สามารถควบคุมในเรื่องของพนักงานบริการ ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีพนักงานจำนวนมาก โดยพนักงานต้องมีความสามารถปฏิบัติหน้าที่หลากหลายหน้าที่ โดยมีเพียงพนักงาน 2 คนเท่านั้น อาทิ พนักงานบริการส่วนหน้าต้องทำหน้าที่ดูแลและทำความสะอาดห้องพักอีกด้วย รวมทั้งอีก 1 คน ที่คอยทำหน้าที่ดูแลระบบการจอง และตอบข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จึงทำให้ลักษณะการทำงานไม่ได้ปรับเปลี่ยนมากนัก แต่จะให้ความสำคัญในเรื่องของการดูแลรักษาความสะอาดและสุขอนามัยมากขึ้น มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีพนักงานทั้งหมด 2 คน เนื่องจากเราเป็นธุรกิจขนาดเล็ก โดยพนักงานพร็อนท์จะเป็นแม่บ้านภายในตัวที่ดูแลความสะอาดของห้องพัก และอีกคนจะคอยดูแลในเรื่องของระบบการจอง เพจต่าง ๆ ของโฮสเทล และยังเน้นในเรื่องของความสะอาดเป็นสำคัญในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้เข้าพัก” (โรงแรม JT, 2564)

3.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การประสานงานติดต่อกับที่พักในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกันที่เป็นกลุ่มพันธมิตรทางการค้า ได้แก่ เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin) คาวนไนท์เดอะเบส ดิจิทัลไลฟ์สไตล์โฮเทลอิน หัวหิน (Cloud 9 Hotel Hua hin) และแมดแพนด้าโฮสเทล หัวหิน (Mad Panda Hostel HuaHin) เพื่อดำเนินการส่งผู้รับบริการในกรณีที่ห้องพักเต็มในช่วงเทศกาลและวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ได้มีการจัดส่งลูกค้าให้แก่ที่พักที่ได้มีการรู้จักกันในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง ในกรณีที่ห้องพักเต็ม” (โรงแรม JT, 2564)

3.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า การชำระค่าใช้จ่ายจากผู้รับบริการชาวต่างประเทศ ยังไม่สามารถโอนชำระด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว หรือกรณีไม่สามารถชำระได้ในกลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาตบางประเทศ จึงต้องพึ่งพาผู้ให้บริการคนกลางอย่างกลุ่ม Online Travel Agency ในการอำนวยความสะดวก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ด้วยการจ่ายเงินของลูกค้าชาวต่างชาติที่ไม่สามารถที่จะโอนเงินได้ง่าย ทำให้เราก็คงยังไม่สามารถที่จะทำให้ลูกค้าติดต่อเราโดยตรงได้เต็มที่ ยังต้องพึ่ง Online Travel Agency อยู่ในระบบการจ่ายเงิน ” (โรงแรม JT, 2564)

4. คอสตารเบตหัวหิน (Costa Bed Hua Hin)

4.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

4.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบโดยอ้างอิงตามความชื่นชอบและความสนใจของผู้ประกอบการ โดยไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบที่ตายตัว ซึ่งห้องพักถูกออกแบบสำหรับการรับรองผู้รับบริการมีทั้งหมด 8 ห้อง แบ่งเป็นห้องเตียงเดี่ยว 6 ห้อง และส่วนที่เหลือเป็นห้องรวม ห้องละ 6 เตียงจำนวน 2 ห้อง อีกทั้งยังมีพื้นที่ส่วนกลางไว้ให้บริการเสริม อย่าง ห้องอาหาร มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราดูตามความเหมาะสม ชอบสิ่งไหนก็เอามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของโฮสเทลเรา โดยเรามีจำนวนห้องพักทั้งหมด 8 ห้อง แบ่งเป็นห้องเดี่ยว 6 ห้อง และห้องรวม 6 เตียง 2 ห้อง ในการรับแขก ซึ่งก็อย่างมีพื้นที่ส่วนรวมที่ลูกค้าสามารถใช้ร่วมกันได้ ในการทำงานเครื่องดื่ม และอาหาร การบริการเรามีพนักงานทั้งหมด 3 คน ที่คอยดูแลลูกค้าหากลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ ” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การเชื่อมต่อระบบบริการทางสารสนเทศเข้ากับทาง Online Travel Agency โดยใช้ Agoda และ Booking เป็นหลักสำหรับเป็นช่องทางรองรับการสำรองห้องพักและยังเป็นช่องทางสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราใช้รูปแบบของออนไลน์ทั่วไป โดยทางเรามีการใช้ Agoda และ Booking ในการให้ลูกค้าจองเข้ามาพัก ” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การใช้พื้นที่สภาพแวดล้อมรอบข้างในการดึงดูดผู้รับบริการ โดยพื้นที่เต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่สำคัญในเขตเมือง เช่น ร้านอาหาร ตลาด เป็นต้น รวมไปถึงผู้รับบริการสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในเขตอำเภอหัวหิน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ด้วยโฮสเทลของเราตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองทำให้เดินทางไปไหนได้สะดวกสบายในการท่องเที่ยว ทานอาหาร หรือแม้แต่การซื้อของ จึงทำให้ลูกค้าเลือกเข้ามาพักกับเรา” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า ระบบ Online Travel Agency เป็นช่องทางหลักที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการได้มากที่สุด แต่ในขณะเดียวกันทำเลที่ตั้งยังสามารถเดินทางได้สะดวก เนื่องจากอยู่ใจกลางอำเภอหัวหิน สำหรับมาตรการรักษาความปลอดภัยจะมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดและมีพนักงานอยู่ตลอด 24 ชั่วโมงในการดูแลความเรียบร้อย อีกทั้งยังมีการติดตั้งตู้แดง เพื่อให้ทางเจ้าหน้าที่ตำรวจเดินสายเข้ามาตรวจเช็คพื้นที่รอบนอก ตามช่วงเวลาที่กำหนดในแต่ละรอบ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรื่องการติดต่อหรือลูกค้าที่จะเข้ามาพักกับเรามาจากทางออนไลน์โดยที่เรามีช่องทางผ่าน Agoda และ Booking และที่ตั้งก็สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะพื้นที่ติดถนนไม่ไกลจากใจกลางเมืองหัวหิน เรามีกล้องวงจรปิด และพนักงานที่คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง แล้วยังมีตู้แดงติดที่โฮสเทลเพื่อให้ตำรวจสายตรวจเข้ามาตรวจเช็ค 3 เวลา ด้วยกัน” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของพนักงานบริการส่วนหน้าที่คอยดูแลอำนวยความสะดวก ความเรียบร้อย และความต้องการของผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะแบ่งรอบเวลาการปฏิบัติงานเป็น 2 ช่วง ได้แก่ รอบเช้า และรอบบ่าย มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราเป็นโฮสเทลขนาดเล็กที่มีพนักงานคอยดูแลจัดการปัญหา และความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา โดยผลัดกันรับกะช่วงรอบเช้ากับรอบดึก” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลได้มีขยายธุรกิจพักในพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินเพื่อรับรองการบริการเพิ่มเติม โดยมีแบคแพคเกอร์ส หัวหิน (88 Backpackers) และ ไกล์ฮาท อิน (Klai Hat Inn) เพื่อเป็นแนวทางการขยายโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มหากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดลง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีธุรกิจที่โฮสเทลอื่น ๆ นอกจากที่คอสตารเบตหัวหิน คือ 88 Backpackers และ Klai Hat Inn สำหรับลูกค้าที่มีสนใจไม่เหมือนกัน เราก็มีที่พักอื่นไว้เป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ที่เกิดขึ้น มีการปรับลดอัตรากำลังคนในการให้บริการเหลือเพียง 3 อัตรา เนื่องด้วยจำนวนผู้รับบริการลดลง ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนการทำงานตามปริมาณงานให้เหมาะสมกับความจำเป็นขององค์กรให้มากที่สุด มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ตอนนี้เราใช้พนักงานทั้งหมด 3 คน ในการที่คอยดูแลลูกค้า พื้นที่ และการทำความสะอาด เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่เข้าพักลดลงจากสถานการณ์โควิด - 19 จึงจะต้องปรับตัวตามสิ่งที่เกิดขึ้น” (โรงแรม CB, 2565)

4.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ท่าเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมโดยรอบ อยู่ใกล้ย่านการการค้าและธุรกิจบริการต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจบริการการเช่ารถ ร้านซักเสื้อผ้า และร้านอาหาร รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถทางเดินได้สะดวกสบาย จึงไม่ได้จำเป็นต้องมีเครือข่ายทางธุรกิจอื่น มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“พื้นที่ของเราใกล้กับพื้นที่ในการให้ความสะดวกในการเดินทาง ร้านอาหาร ร้านซักรีด หรือการเช่ารถไปยังที่ต่าง ๆ เราจึงไม่ได้มีพันธมิตรกับธุรกิจเพราะเราได้เปรียบเรื่องของพื้นที่ตั้ง” (โรงแรม CB, 2565)

4.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า การบริหารธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีสถานะเป็นองค์กรขนาดเล็ก สามารถควบคุมและดูแลทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องพึ่งเทคโนโลยีที่ทันสมัยและต้นทุนสูงแต่อย่างใด อีกทั้งกลุ่มผู้รับบริการมีความต้องการเพียงแค่มานอนพักผ่อนมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นภายในที่พัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ไม่มี เพราะคิดว่าธุรกิจที่พักขนาดเล็กของเราที่มีทั้งหมด 8 ห้อง สามารถที่จะดูแลและจัดการได้ด้วยตนเอง และลูกค้าส่วนใหญ่ของเราก็แค่เขามานอนหลับพักผ่อนมากกว่ามาใช้บริการพื้นที่ในการบริการ และยังเป็นการประหยัดตัวบที่ยังไม่จำเป็นออกไป ” (โรงแรม CB, 2565)

5. เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin)

5.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

5.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการออกแบบที่ร่วมสมัย โดยใช้แนวคิดจากพระจันทร์มาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยการใช้สีโทนสีฟ้า สีเหลือง และสีขาว เพื่อสื่อถึงความสบายและความสะอาด จึงเหมาะกับการเข้าพักของผู้รับบริการที่ต้องการความเรียบง่าย ซึ่งห้องพักมีทั้งหมด 12 ห้อง โดยแบ่งเป็นห้องพักที่มีห้องน้ำภายในจำนวน 9 ห้อง เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มผู้รับบริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และห้องรวมจำนวนทั้งหมด 3 ห้อง มีเป็นห้องสำหรับเพศหญิงทั้งหมดจำนวน 1 ห้อง และห้องพักรวมเพศชายและเพศหญิงจำนวน 2 ห้อง นอกจากนั้นยังมีพื้นที่ส่วนกลางอย่างห้องอาหารและพื้นที่บนดาดฟ้าเหมาะสำหรับการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มผู้รับบริการ อีกทั้งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ทำให้ผู้ประกอบการคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยจึงได้เปิดบริการแค่ห้องพักแบบส่วนตัวเท่านั้น มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราใช้คอปเซ็ปจากชื่อของพระจันทร์มาออกแบบและสร้างที่พัก โดยใช้สีฟ้า สีเหลือง และสีขาว และตกแต่งในธีมแบบพระจันทร์ในการสร้างเอกลักษณ์ขึ้นมา และยังมีห้องพักที่รับลูกค้าทั้งหมด 12 ห้อง แต่ช่วงสถานการณ์โควิดเราเปิดขายแค่ 9 ห้องที่เป็นห้องส่วนตัวเท่านั้น เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า ในส่วนห้องพักรวมอีก 3 ห้อง เรายังไม่เปิดให้บริการ และยังมีในส่วนของพื้นที่ส่วนกลางในการรับประทานอาหาร หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงดาดฟ้าด้วย ในการที่จะเป็นจุดสนใจของลูกค้าที่จะเข้ามาพัก” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านทางออนไลน์เริ่มจากกลุ่ม Online Travel Agency ได้แก่ Agoda และ Booking อีกทั้งยังมีสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการโต้ตอบข้อมูลแก่ผู้รับบริการ อาทิ เฟสบุ๊ก (Facebook) และอินสตราแกรม (Instagram) มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราส่งผ่านโดย OTA พวก Agoda และ Booking และมีช่องทางของ Facebook และ Instagram ที่เราดูแลเองด้วย” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ได้รับคะแนนรีวิวจากช่องทาง Online Travel Agency อยู่ในระดับคะแนนที่ 9.1 ซึ่งมีการบริการเกี่ยวกับการดูแลการยกกระเป๋าให้ผู้รับบริการถึงห้อง และมีการบริการอาหารว่างตอนเช้า จำพวกขนมปัง ชา และกาแฟ นับว่าเป็นการแสดงออกถึงความเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่สามารถเข้าถึงแหล่งบริการต่าง ๆ ได้สะดวก ซึ่งทั้งหมดเป็นส่วนเสริมให้ผู้รับบริการมีการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราได้รับการรีวิวจากผ่านทางออนไลน์ OTA ว่าการบริการของเราอยู่ในระดับที่สูง 9.1 ซึ่งทางเราก็นับการบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นหลักอยู่แล้ว ซึ่งเราก็มีบริการเสริมโดยมีการช่วยยกกระเป๋า และการอาหารเช้า แบบขนมปัง ซา และกาแฟ ให้ และพื้นที่ของโฮสเทลก็อยู่ใจกลางเมืองที่ลูกค้าสามารถเดินได้สะดวก” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การเข้าถึงผู้รับบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ Instagram อีกทั้งยังมีการบริการคนกลางอย่าง Online Travel Agency ในการสนับสนุนข้อมูลสำหรับผู้รับบริการต้องการ รวมทั้งความปลอดภัยของห้องพักโดยใช้ระบบการล็อค 2 ชั้นผ่านคีย์การ์ด และติดตั้งกล้องวงจรปิดในการดูแลผู้รับบริการในพื้นที่ที่เป็นส่วนกลาง เพื่อสร้างความไว้วางใจและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในระหว่างการเข้าพัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราเข้าหาลูกค้าทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram และ OTA ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ลูกค้า และระบบความปลอดภัยเราใช้ระบบคีย์การ์ดแบบล็อค 2 ชั้น ในการเข้าออกห้องพักและทางเข้า แคมยังติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อเป็นการป้องกันและสร้างความปลอดภัยแก่ลูกค้าอีก” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า การดูแลแก้ปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทางสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ผู้รับบริการมีติดตัวและมีการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก อาทิ Facebook) มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จริง ๆ ลูกค้าสามารถติดต่อกับทางเราได้ตลอดเวลาทั้งทางมือถือ Facebook หรือ Instagram” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า การแสวงหารายได้เสริมในรูปแบบการจำหน่ายเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียว ในขณะเดียวกันทางผู้ประกอบการยังมีการมอบของที่ระลึกแก่ผู้รับบริการที่เข้ามาพักครบ 3 ครั้ง ซึ่งเป็นเสื้อยืด The Moon Hostel Huahin นับว่าเป็นแนวทางเสริมสร้างความสัมพันธ์และความประทับใจในการตัดสินใจกลับมาอีกครั้ง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราไม่ได้มีหารายได้จากช่องอื่นอย่างจริงจัง นอกเหนือจากการขายห้องพัก” และเครื่องดื่มเล็กน้อยให้ลูกค้า แต่มีบริการพิเศษโดยเราจะให้เสื้อที่เป็นของ เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน ให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักกับเรา 3 ครั้ง” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า การปรับลดพนักงานให้สอดคล้องกับตัวภาระงานในแต่ละแผนกที่ลดลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 รวมทั้งการปรับราคาห้องพักเพื่อดึงดูดผู้รับบริการชาวไทยในช่วงคลายล็อกดาวน์ โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความสะอาดเป็นนโยบายหลัก อีกทั้งการจำหน่ายห้องพักที่เป็นห้องส่วนตัวเพียงประเภทเดียวช่วยลดความเสี่ยงการระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าวได้ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ด้วยโควิดที่เกิดขึ้น เราจำเป็นต้องปรับลดพนักงานลดต่อตัวงานที่มีอยู่ และปรับราคาของห้องพักด้วย เพื่อให้ลูกค้าสนใจและมาเข้าพัก และเน้นขายห้องพักที่เป็นห้องส่วนตัวเท่านั้น เพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ลูกค้า” (โรงแรม TM, 2565)

5.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีนโยบายการนำส่งเสื้อผ้าของผู้รับบริการไปยังร้านกิจซักรีดในราคาพิเศษ และมีการจำหน่ายรายการนำเที่ยวที่มาจากบริษัทจัดนำเที่ยวในท้องถิ่น รวมทั้งการรับ-ส่งผู้รับบริการไปยังแหล่งท่องเที่ยวสวนน้ำวานานาวา มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีส่งผ้าให้แก่ธุรกิจซักรีดในราคาที่ตกลงกัน และมีการขายทัวร์ รวมถึงการส่งลูกค้าไปสวนน้ำวานานาวาของโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ หัวหิน” (โรงแรม TM, 2565)

5.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบที่ได้รับเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ อย่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของโลกและภูมิภาค ทำให้อัตราการเข้าใช้บริการและผลกำไรลดลงไปจากเดิมถึงแม้ว่าจะมีการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยแล้วก็ตาม แต่หากพิจารณาแล้วกลุ่มผู้รับบริการชาวไทยยังคงมีกำลังซื้อและมูลค่าของรายได้ยังไม่สูงขึ้นเท่าที่ควร มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“จริง ๆ แล้ว คิดว่าปัญหาที่เป็นอุปสรรคเกิดจากสิ่งภายนอกมากกว่า จากการแพร่ระบาดของโควิด - 19 ทำให้อะไรลูกค้าชาวต่างชาติลดลงอย่างต่อเนื่อง และต้องพึ่งพาจากลูกค้าคนไทยเท่านั้น แต่ยังคงดูแลเรื่องบริการและความสะอาดอยู่เสมอ ” (โรงแรม TM, 2565)

6. เดอะ ไบค์ โลฟต์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel)

6.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

6.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการออกแบบโฮสเทลซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากกลุ่มคนนักปั่นจักรยาน รวมถึงผู้รับบริการที่เดินทางมาแบบครอบครัว โดยการตกแต่งในลักษณะของการนำชิ้นส่วนของจักรยานมาเป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่งห้องพัก อีกทั้งยังมีการใช้ผลงานการวาดภาพศิลปะร่วมสมัยที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโฮสเทล พร้อมกับการบริการที่มีการต้อนรับแบบครอบครัว มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“การออกแบบที่พักของเราเริ่มจากการที่เราเลือกกลุ่มเป้าหมายกับนักปั่นจักรยาน และรวมกันออกแบบโดยมีการใช้วัสดุอุปกรณ์อะไหล่ของจักรยานมาเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างและการวาดภาพศิลปะบนผนังพื้นห้องให้เป็นเอกลักษณ์ของที่นี่ และเรายังเน้นกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวแบบครอบครัวด้วย เนื่องจากที่พักเป็นสถานที่ที่เงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อนสำหรับครอบครัว” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า มีการจัดกิจกรรมเพื่อรวมผู้รับบริการประเภทนักปั่นจักรยานในการนำเสนอธุรกิจโฮสเทล รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของอำเภอหัวหิน อีกทั้งยังมีการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook รวมทั้งกลุ่ม Online Travel Agency ได้แก่ Agoda และ Booking แต่อย่างไรก็ตามการบอกต่อแบบปากต่อปากยังมีอิทธิพลในการประชาสัมพันธ์มากกว่ารูปแบบอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เริ่มต้นเรามีการจัดงานรวมตัวของกลุ่มผู้ปั่นเพื่อโปรโมทฐานลูกค้า และมีการลงแม็กซีนและข่าวสารของหัวหิน อีกทั้งเรายังใช้ระบบออนไลน์ OTA และ Facebook ในการประชาสัมพันธ์ แต่ส่วนมากเราจะได้ลูกค้าที่เข้ามาจากการบอกแบบปากต่อปากมากกว่าช่องทางอื่น” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลให้ความสำคัญกับการดูแลผู้รับบริการแบบครอบครัว โดยเฉพาะธุรกิจโฮสเทลมีความเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน และมีอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก จึงเป็นตัวเลือกของผู้รับบริการในการพักแรมค้างคืน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรากำลังถึงการบริการเป็นอันดับแรก ดูแลเอาใจใส่เหมือนคนในครอบครัว และที่นี่เป็นที่พักที่เรียบง่ายสบายทำให้ลูกค้าที่ต้องการพักผ่อนโฮสเทลที่ราคาไม่สูงมากนักเข้ามาพักที่โฮสเทล” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการได้กำหนดตัวแทนจัดจำหน่าย Online Travel Agency และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการในการสร้างความสัมพันธ์ผ่านกล่องข้อมูลยอดนิยม Facebook เพื่อสนับสนุนข้อมูลสำหรับผู้รับบริการต้องการ อีกทั้งความปลอดภัยของธุรกิจโฮสเทลมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่ส่วนกลาง รวมถึงห้องพักทุกประเภทมีมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยที่รัดกุมทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน กำหนดให้มีประตูเข้า-ออกเพียงทางเดียว มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการเข้าหาลูกค้าผ่านทางระบบออนไลน์ OTA และ Facebook ในส่วนของความปลอดภัยของที่พักรวมมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่ส่วนกลาง และการเข้าออกภายนอกตอนเวลากลางคืนเราที่เป็นคนดูแลเองทั้งหมดในการเปิดประตูหลักเพราะตัวที่พักอยู่ในบริเวณพื้นที่ของบ้าน เพื่อเพิ่มความปลอดภัยแก่คนที่มาเข้าพัก” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเกิดปัญหาหรือเหตุฉุกเฉินผู้รับบริการสามารถติดต่อแจ้งพนักงานได้โดยตรงตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การติดต่อเช่ารถจักรยานยนต์รถประจำทางสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงการรับ-ส่งผู้รับบริการโดยไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราบริการการจองรถทัวร์ และบริการติดต่อเช่ารถมอเตอร์ไซด์ อีกทั้งการไปรับส่งลูกค้าโดยไม่เรียกเก็บเงิน เราถือว่าเป็นการแสดงความใส่ใจการบริการของโฮสเทล” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลมีการแสวงหารายได้เสริมจากการเปิดคาเฟ่เพื่อการจัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มนับว่าเป็นช่องทางในการเพิ่มฐานผู้รับบริการภายนอกและผลกำไรในการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล อีกทั้งคาเฟ่ยังเป็นสถานที่สำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความนิยมในปัจจุบัน มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราได้มีการเปิดคาเฟ่เพื่อขายเครื่องดื่มและอาหารแก่ลูกค้าภายใน รวมถึงลูกค้าภายนอกด้วยเพื่อเพิ่มการหารายได้และต้องตอบโจทย์ความต้องการแก่ลูกค้าที่มาเข้าพัก” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า การใช้อัตรากำลังพลเพียง 2 คน เป็นจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อภาระงานที่ได้รับมอบหมาย โดยส่วนใหญ่เป็นการจ้างตัวแทนบริษัทภายนอกเข้ามาดูแลในบางส่วนของโฮสเทล อาทิ การทำความสะอาดสระว่ายน้ำ และการตัดแต่งต้นไม้ แต่ไม่ได้เป็นการว่าจ้างเป็นแบบสัญญาระยะยาวหรือแบบรายเดือนต่อเนื่อง เพื่อลดต้นทุนการจัดการธุรกิจโฮสเทล อีกทั้งการดำเนินกิจการในลักษณะครอบครัวที่ต้องจำกัดต้นทุนและรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจ โดยการมอบหมายหน้าที่การบริการหลัก ๆ จะเป็นสมาชิกในครอบครัว มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราไม่ได้มีการจ้างพนักงานเยอะตั้งแต่เปิดธุรกิจโฮสเทล เรามีพนักงาน 2 คน ที่คอยดูแลเรื่องการทำความสะอาดห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางอื่น ๆ อีกทั้งธุรกิจเป็นการดูแลของครอบครัวซึ่งจะช่วยกันจัดการในการเข้าพักและการมาใช้บริการของคาเฟ่ แต่เราก็มีการจ้างหน่วยงานภายนอกมาดูแลเรื่องการล้างสระว่ายน้ำ และการตัดต้นไม้ การจ้างแต่ละครั้งจะมีการประเมินหน้างานก่อนว่าสามารถทำเองได้ไหมเพื่อลดค่าใช้จ่าย” (โรงแรม BL, 2565)

6.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการติดต่อประสานร่วมมือกับบริษัทจัดหาเที่ยวให้แก่ผู้รับบริการที่มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีบริษัทนำเที่ยวที่ทางโฮสเทลคอยส่งลูกค้าที่ต้องการเดินทางเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า” (โรงแรม BL, 2565)

6.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าถึงผู้รับบริการ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่มาจากการรับรู้แบบปากต่อปากโดยผู้ประกอบการได้แต่ฝากความหวังไว้กับ Online Travel Agent ที่ต้องเสียค่าบริการเพื่อคาดหวังให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้น จึงมองว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่ตอบสนองความต้องการและการเข้าถึงอย่างสมควร มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งลูกค้าที่เข้ามาพักจะมาในรูปแบบที่บอกต่อกันมาเป็นส่วนใหญ่ เราจึงคิดว่าการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ยังไม่ตอบโจทย์การธุรกิจ

โฮสเทลของเราแถมยังต้องเสียค่าบริการให้กับตัวแทน OTA อีกซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุน” (โรงแรม BL, 2565)

7.ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe)

7.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

7.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบทางด้านของรถมอเตอร์ไซด์บิ๊กไบค์ จึงเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งรูปแบบลอฟท์ โทนีซีเข้มและผสมผสานกับความเป็นเอกลักษณ์ของโครงสร้างรถมอเตอร์ไซด์บิ๊กไบค์ ให้เป็นที่น่าจดจำ รวมทั้งการบริการที่มีความเอาใจใส่ผู้บริการเป็นสำคัญเหมือนคนครอบครัว นอกจากนี้ยังมีบริการคาเฟ่เพื่อรับรองผู้เข้ารับบริการที่พัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“รูปแบบของโฮสเทลเกิดจากชอบความส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจเอง โดยที่ส่วนตัวเป็นคนชอบรถมอเตอร์ไซด์บิ๊กไบค์เลยได้ไอเดียมาเปิดเป็นที่พัก และการคาเฟ่ในรูปแบบเดียวกันผสมกับความเป็นลอฟท์แบบดิบ ๆ เข้าไป และเน้นการบริการเป็นสำคัญให้กับลูกค้าทุกคน” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า โฮสเทลมีการจ้างนักรีวิวเพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ออกสื่อสังคมออนไลน์ ควบคู่กับการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook ของทางโฮสเทล และการให้ตัวแทนการจัดจำหน่าย Online Travel Agency ได้แก่ Agoda และ Booking เป็นผู้นำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการแก่ผู้รับบริการที่สนใจ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการจ้างใช้นักรีวิวมาเพื่อโปรโมทธุรกิจที่พัก และใช้ระบบออนไลน์เป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์ทั้งเพจเฟสบุ๊ค และตัวแทนจำพวก OTA เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า นอกจากการบริการเป็นสำคัญดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเหมือนครอบครัว ทางโฮสเทลยังคงสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเข้าพักและความสะอาดของพื้นที่ในการให้บริการ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ตามมาตรการของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราให้ความสำคัญด้านการบริการเป็นอันดับแรก และยังคงคำนึงถึงเรื่องของความสะอาดในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งยังมีการเน้นทางด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้าที่เข้ามาพัก” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า ทางโฮสเทลมีการใช้ระบบตัวแทนจัดจำหน่าย Online Travel Agency รวมกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนข้อมูลสำหรับผู้รับบริการต้องการ รวมถึงข้อได้เปรียบด้านที่ตั้งของธุรกิจโฮสเทลติดกับเส้นทางคมนาคมที่สังเกตได้ง่าย ทั้งนี้ด้านความปลอดภัยของธุรกิจโฮสเทลมีกำหนดให้ผู้รับบริการแสดงผลรายงานการรับวัคซีนเพื่อป้องกันอันตรายของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก่อนการเข้าพักเพื่อความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการทุกคนและมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด รวมทั้งมีพนักงานรักษาความปลอดภัยในการดูแลตลอด 24 ชั่วโมง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราให้ลูกค้าแสดงผลการรับวัคซีนก่อนการเข้าพักในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ตัวลูกค้าเองและผู้เข้าพักอื่น สำหรับกรณีที่เกิดปัญหาลูกค้าสามารถโทรแจ้งพนักงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งการเสริมกล้องวงจรปิดเพื่อสร้างความปลอดภัยอีกช่องทางหนึ่ง และช่องทางการเข้าถึงลูกค้าจะเป็นช่องทางเดียวกับการนำเสนอได้แก่ OTA และเพจเฟซบุ๊กของโฮสเทล” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า มีรูปแบบการบริการทางด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นทางเลือกมีคาเฟ่ของโฮสเทล รวมถึงการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงและผู้รับบริการสามารถแจ้งหรือติดต่อทางธุรกิจโฮสเทลเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือเพิ่มเติม มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการทางดำร้านคาเฟ่ในการรับรองลูกค้าที่มาเข้าพัก และเมื่อลูกค้ามีความต้องการหรือเกิดปัญหาที่สามารถที่จะแจ้งแก่พนักงานได้โดยตรง” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า นอกจากบริการของทางคาเฟ่เพื่อรองรับกลุ่มผู้รับบริการภายนอกที่ไม่ได้พักค้างคืน เพื่อแสวงหารายได้เสริมจากการจัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลซึ่งรายได้หลักยังคงมาจากการขายห้องพักเป็นหลัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีการขายอาหารและเครื่องดื่มในส่วนองคาเฟ่แก่ลูกค้าภายในที่พักและลูกค้าภายนอก และมีการส่งแบบเดลิเวอรี่ในการเพิ่มช่องทางในการขายแก่ลูกค้าภายนอก” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีการปรับรูปแบบการทำงานโดยกำหนดให้พนักงานมีวันหยุดเพิ่มขึ้น และสามารถสลับกันมาทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับภาระหน้าที่ที่จำเป็น และมีการปรับลดค่าตอบแทนไม่มีการปลดพนักงานออก อีกทั้งพนักงานทุกตำแหน่งจะต้องมีการทำงานที่หลากหลายหน้าที่เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจโฮสเทลและคาเฟ่ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“พนักงานของเรามีทักษะที่หลากหลายตั้งแต่ที่เริ่มต้นรับสมัครเข้ามา เพราะทุกคนจะต้องทำงานในธุรกิจโฮสเทลและคาเฟ่เป็นทุกอย่างจึงทำให้ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ไม่ได้มีการเลิกจ้างพนักงาน แต่ปรับรูปแบบการทำงานโดยการเพิ่มวันหยุดให้ และสลับกันมาทำงาน” (โรงแรม RD, 2565)

7.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้สร้างความร่วมมือการธุรกิจที่พักอื่น โดยการให้ส่วนลดของการเข้ามาใช้บริการในส่วนองคาเฟ่ในราคาที่ถูกลงเพื่อเรียนรู้ฐานผู้รับบริการรายใหม่ ๆ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราสร้างฐานลูกค้าใหม่โดยการประสานงานติดต่อกับที่พักอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียงในการให้คูปองส่วนลดการเข้ามาซื้ออาหารและเครื่องดื่มในโซนองคาเฟ่” (โรงแรม RD, 2565)

7.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกเป็นเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบในการดำเนินธุรกิจและไม่สามารถที่จะควบคุมได้จำเป็นต้องจะวางแผนในการจัดการภายในเพื่อให้ตอบรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้งสำหรับการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการจัดการยังถือว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในสถานการณ์โควิด-19 มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราคิดว่าปัจจัยภายนอกส่งผลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจโฮสเทล เพราะเราไม่รู้ว่าอะไรจะเกิดขึ้น ต้องเตรียมตัวรับมืออย่างตลอดเวลา และการที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลก็ยังถือว่าไม่จำเป็นในสถานการณ์โควิด-19 เพราะจะต้องมีการควบคุมรายรับรายจ่ายอย่างระมัดระวัง” (โรงแรม RD, 2565)

8. โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel)

8.1 คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแบ่งออกได้ 8 ด้าน ดังนี้

8.1.1 ด้านคุณสมบัติสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการใช้พื้นที่ที่มีความเป็นแหล่งธรรมชาติขนาดย่อมผสมผสานกับการออกแบบสไตล์ลอฟท์ที่มีโทนสีที่สบายตาเข้ากับระบบนิเวศทางธรรมชาติ เพื่อเป็นจุดแข็งในการสร้างความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจโฮสเทล ซึ่งนับว่าเป็นการอาศัยทุนเดิมที่มีอยู่ในการออกแบบแหล่งที่พัก มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราใช้สภาพแวดล้อมเดิมที่มีความเป็นธรรมชาติในการนำมาใช้กับการออกแบบสไตล์ลอฟท์ของที่พักให้มีความกลมกลืนและเน้นสีที่ดูแล้วมีความสบายตา ในการสร้างและออกแบบโฮสเทล” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การนำระบบออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอสินค้าและบริการในธุรกิจโฮสเทล อาทิ ตัวแทนจัดจำหน่าย Online Travel Agency ได้แก่ Agoda และ Booking รวมถึงช่องทาง Fanpage Facebook เพื่อเพิ่มช่องทางการนำการเสนอตัวเลือกแก่ผู้รับบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราใช้ช่องทางที่จะให้ลูกค้าเข้าถึงด้วยเว็บการจองต่าง ๆ ได้แก่ ได้แก่ Agoda และ Booking และเพจเฟสบุ๊คส่วนตัวของทางโฮสเทลเองในการให้ลูกค้าเข้ามาชมเพื่อเป็นตัวอย่างการตัดสินใจในการเข้าพัก” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการคำนึงถึงการบริการเป็นสำคัญ ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็นกันเอง รวมถึงการให้บริการพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นส่วนของคาเฟ่ เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราดูแลลูกค้าอย่างเป็นกันเองในการบริการที่ดี และยังเพิ่มคาเฟ่ในส่วนที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเพื่อดึงดูดในการเข้าพัก” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การเสนอทางเลือกในการให้ผู้รับบริการเข้าถึงช่องทางตัวแทนการจัดจำหน่าย Online Travel Agency และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในส่วนของธุรกิจโฮสเทลอย่าง Facebook และการสร้างความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ โดยกั๊บบมีพนักงานรักษาความปลอดภัยและให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมี

การเพิ่มเติมระบบคีย์การ์ดในการเข้า-ออกห้องพัก เพื่อสร้างความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เรามีช่องทางให้ลูกค้าเข้าหาโดยจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก และส่วนในเรื่องของความปลอดภัยมีการติดกล้องวงจรปิด และมีพนักงานดูแลลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงเราใช้ระบบคีย์การ์ดในการเข้า-ออก ห้องพัก เพื่อเสริมระบบความปลอดภัยแก่ลูกค้า” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.5 ด้านบริการเสริม ผลการศึกษาพบว่า การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการมีการติดตามและแก้ปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง ในกรณีที่ผู้รับบริการต้องการความช่วยเหลือ และมีการบริการด้านการรับ-ส่ง สถานที่ต่าง ๆ โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการ รวมทั้งการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในส่วนของโรงแรมที่พักที่มี มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราสร้างในส่วนของคาเฟ่เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการ และการมีบริการการรับ-ส่งลูกค้าโดยมีค่าใช้จ่าย และเรื่องการติดตามดูแลปัญหาของลูกค้าเราก็มีพนักงานที่คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ในกรณีที่เกิดปัญหา” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร ผลการศึกษาพบว่า การให้บริการส่วนของคาเฟ่ในการจัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นการสร้างรายได้ในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลอีกหนึ่งช่องทางให้แก่โฮสเทล มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราเปิดขายอาหารและเครื่องดื่มแก่ลูกค้าภายในและภายนอกในส่วนของโรงแรม ในการหารายได้เสริมจากการทำธุรกิจโฮสเทล” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนการจ้างบุคคลภายนอกเข้ามาปฏิบัติตามภาระงานที่มีอยู่เฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น อาทิ การทำความสะอาดห้องพัก และการจัดนำเที่ยวให้แก่ผู้รับบริการ และในส่วนของพนักงานควรมีทักษะที่หลากหลายสามารถปฏิบัติงานได้ทั้งส่วนของคาเฟ่ เพื่อลดต้นทุนการจัดการธุรกิจโฮสเทล มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ในสถานการณ์โควิดเราจ้างพนักงานเป็นแบบรับเป็นจ๊อบ ๆ ของตัวงานที่มีอยู่เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการทำงาน และพนักงานที่มีอยู่จะต้องทำงานทั้งทางด้านคาเฟ่และห้องพักได้ในการให้บริการลูกค้า” (โรงแรม RO, 2565)

8.1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการยังไม่ได้สร้างความร่วมมือทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มี

จำนวนห้องพักเพียง 2 ห้อง รับรองผู้รับบริการ 12 เตียง จึงสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ในการเปิดขายห้องทั้งหมด 2 ห้อง ที่มีจำนวนเตียงทั้งหมด 12 เตียง และส่วนของคาเฟ่ที่มีการขายอาหารและเครื่องดื่ม เราคิดว่าสามารถดูแลได้โดยที่ยังไม่มีธุรกิจอื่นเข้ามาด้วยกัน” (โรงแรม RO, 2565)

8.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้รับบริการทำให้ธุรกิจโฮสเทลต้องมีการปรับรูปแบบการบริการตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการ เพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของผู้รับบริการตามสภาพแวดล้อม มีรายละเอียดตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“เราคิดว่าส่วนมากจะมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ต้องรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะต้องตอบรับสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้” (โรงแรม RO, 2565)



ตารางที่ 6 ตารางสังเคราะห์คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล จากการศึกษาณ

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)						
	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)
1. คุณสมบัติของสินค้า และบริการ	ห้องพักรวมมีการออกแบบ เพียงเดียว เพียงคู่ สาม เตียงและสี่เตียง ในช่วง การแพร่ระบาดของเชื้อ ไวรัสโควิด-19 มีการ เปลี่ยนการให้บริการเป็น ห้องพักรวมประเภทเตียง เพียงทั้งหมด	ห้องพักรวมสไตล์แคปซูลสี่ พาสเทล คล้ายกับญี่ปุ่น ในความสำคัญกับความ แข็งแรงของเตียงนอนที่ ใช้และความเอใจใส่กับ ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิด เสมือนคนในครอบครัว	ออกแบบตกแต่งโดย สถาปัตยกรรมย้อนยุค และโครงสร้างเดิม รวมทั้งการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในการ ตกแต่งหรือจัดแบบให้ เหมาะสมกับพื้นที่	การออกแบบอ้างอิงตาม ความชื่นชอบและความ สนใจของผู้ประกอบการ โดยไม่มีการกำหนด รูปแบบที่ตายตัว มีทั้ง เตียงเดี่ยวและเตียงรวม 6 เตียง รวมถึงการ บริการห้องอาหาร	การออกแบบโดยนำ แนวคิดจากพระจันทร์มา เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยการใช้สีโทนสีฟ้า สี เหลือง และสีขาว เพื่อ แสดงออกถึงความสบาย และความสะอาด อีกทั้ง ยังมีห้องอาหารและ บริเวณคาเฟ่ที่ไว้ สำหรับทำกิจกรรม ร่วมกัน ในช่วงการแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัสโค วิด-19 มีการเปลี่ยนเป็น ห้องพักรวมเตียง ทั้งหมด	การออกแบบเริ่มมาจากการจับกลุ่มเป้าหมายนัก ปั่นจักรยาน โดยนำมาใช้ เป็นแรงบันดาลใจใน การตกแต่งและยังใช้ ชิ้นส่วนของจักรยาน ภาพวาดศิลปะบน กำแพงเพื่อให้เกิด เอกลักษณ์เฉพาะตัว	ห้องพักรวมมีการออกแบบ จากความรู้สึกชื่นชอบ รถจักรยานยนต์ไซด์ บิกไบค์ จึงเป็นแรงบันดาลใจ ในการออกแบบ ตกแต่งร่วมกับรูปแบบ ลอฟท์ที่มีโทนสีเข้ม เพื่อ ผสมผสานความเป็น เอกลักษณ์ไซด์ บิกไบค์

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)						
	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)
2. ระบบนิเวศทาง ธุรกิจ	การนำเสนอสินค้าแบบ ปากต่อปาก ร่วมกับ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ออนไลน์และช่องทาง OTA	การนำเสนอผ่านกลุ่ม เว็บไซต์และผ่านระบบ OTA อีกทั้งยังใช้ กระดาศ์เพื่อสื่อหรือกระ ดาศ์โมเมนต์ที่ผู้ให้บริการ แสดงความคิดเห็นเป็น ส่วนหนึ่งของสื่อในการ ประชาสัมพันธ์	การนำเสนอผ่านสื่อสาร ผ่านสังคมออนไลน์ และ ใช้ระบบ OTA	การใช้ระบบออนไลน์ ผ่าน OTA สำหรับการ เผยแพร่ข้อมูลของสินค้า และบริการ	การนำเสนอข้อมูล ข่าวสารผ่านทาง ออนไลน์จากระบบ OTA และสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟสบุ๊ก และอินส ตราแกรม	รูปแบบการใช้ระบบ ออนไลน์เป็นตัวแทนการ นำเสนอข้อมูล OTA และสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook รวมถึง การบอกแบบปากต่อ ปากที่ส่งผลให้ ผู้รับบริการรับรู้รายละเอียด	การจ้างนักรีวิวมา ประชาสัมพันธ์ออกสื่อ สังคมออนไลน์ร่วมกับให้ ระบบ OTA ได้แก่ Agoda และ Booking s เข้ามาเป็นช่องทางในการ นำเสนอสินค้าและ บริการ
3. การสร้าง ภาพลักษณ์	การให้ความสำคัญกับ ด้านความสะอาดและ ความปลอดภัย รวมถึง นำเสนอจุดเด่นด้านทำเล ที่ตั้งที่มีวิว สะดวกสบาย	การให้ความสำคัญกับ การบริการที่มีอน ครบครันและการดูแล เอาใจใส่ผู้รับบริการ	การสร้างเอกลักษณ์ที่ เป็นที่พักใกล้เคียงกับ สถานที่ท่องเที่ยวและ ศูนย์รวมของอาหาร รวมทั้งการที่บุคคลที่มี ชื่อเสียงมาพักทำให้เป็น ที่รู้จักแก่ผู้รับบริการราย เก่าและใหม่	การใช้สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกต่อการบริการ เช่น เตียงดูดผู้รับบริการ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ตลาด ร้านอาหาร เป็นต้น	การนำผลคะแนนการ รีวิวทาง OTA 9.1 มาใช้ ในการสร้างความเชื่อมั่น ผู้รับบริการ	การใช้สภาพแวดล้อมที่ เรียบง่ายเป็นจุดเด่น สำหรับผู้รับบริการที่ ต้องการพักผ่อน และให้ ความสำคัญกับการ บริการที่เป็นที่ เปรียบเสมือนคนใน ครอบครัว	การให้ความสำคัญกับ การบริการด้วยการดูแล เอาใจใส่อย่างเป็นกันเอง รวมถึงการให้บริการ พื้นที่ส่วนกลางที่เป็นคา เฟ่ในการอำนวยความสะดวก และเครื่องดื่ม

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)							
คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)
คุณเฮช (โรงแรม RO)	การบริการผ่านตัวแทน OTA และสื่อสังคม ออนไลน์ อีกทั้งยังมีการ ติดตั้งกล่องวงจรปิดเพื่อ เสริมทางด้านความปลอดภัย	การบริการผ่านตัวแทน จัดจำหน่าย OTA และ สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการติดตั้งกล่อง วงจรปิดเพื่อติดตามดูแล ความปลอดภัยในพื้นที่ ส่วนกลาง	รูปแบบความสัมพันธ์ ผ่านระบบสื่อสังคม ออนไลน์ และ OTA ใน ส่วนด้านความปลอดภัย จะถูกเพิ่มด้วยระบบที่ การดำเนินการเข้าออก ผ่านประตู และการ ติดตั้งกล่องวงจรปิด รวมถึงการใช้แสง UV ในการค่าเชื้อโรคเพื่อทำ ความสะอาดใน สถานการณ์โควิด-19 ตามมาตรฐาน SHA พร้อมกับให้การให้ ความสำคัญกับด้าน ความปลอดภัย	การใช้ระบบ OTA เป็น หลักในการเข้าถึง ผู้ให้บริการ สำหรับ ความปลอดภัยมีการ ติดตั้งกล่องวงจรปิดการ มีผู้ให้บริการดูแลความ ปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และได้รับการ ประสานงานกับ เจ้าหน้าที่ตำรวจที่จะเข้า มาตรวจสอบพื้นที่ตาม รอบระยะเวลา	การเข้าถึงผู้ให้บริการ ผ่านช่องทาง OTA และ สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับความปลอดภัย เป็นระบบบล็อก 2 ชั้น ผ่านสียกการ์ด และการ ติดตั้งกล่องวงจรปิด	การเข้าถึงผู้ให้บริการ ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย OTA และสื่อสังคม ออนไลน์ สำหรับความ ปลอดภัยมีการติดตั้ง กล่องวงจรปิด ภายใน บริเวณที่พักอาศัยทำให้ การเข้า-ออกนอกพื้นที่มี การดูแลอย่างระมัดระวัง	การเข้าถึงผู้ให้บริการ ผ่านระบบออนไลน์ผ่าน ตัวแทนจัดจำหน่าย OTA และการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ในการ สร้างการรับรู้สำหรับ ด้านความปลอดภัยมี การรายงานการรับ วัคซีนเพื่อป้องกัน อันตรายของเชื้อไวรัสโค วิด-19 และการติดตั้ง กล่องวงจรปิด
4. การเข้าถึง ผู้ให้บริการและความ ปลอดภัย							การเข้าถึงผู้ให้บริการ ผ่านระบบออนไลน์ผ่าน ตัวแทนจัดจำหน่าย OTA และการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ในการ สร้างการรับรู้สำหรับ ด้านความปลอดภัยมี การรายงานการรับ วัคซีนเพื่อป้องกัน อันตรายของเชื้อไวรัสโค วิด-19 และการติดตั้ง กล่องวงจรปิด

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)							
	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)	คุณเฮช (โรงแรม RO)
5. บริการเสริม	การช่วยเหลือการรับแจ้ง ปัญหาผ่านทางโทรศัพท์ และการประสานติดต่อ โรงพยาบาลกรณีที่เกิด อุบัติเหตุ	การติดตามการเช่ารถ มอเตอร์ไซด์ รถยนต์ และบริษัทนำเที่ยว อีก ทั้งยังมีการติดตามดูแล ผู้รับบริการผ่านการใช้ สื่อ ส า ร ท า ง โทรศัพท์มือถือ	การบริการเป็นแบบดูแล ตัวเอง แต่ในกรณี ที่ต้องการความช่วยเหลือ ก็สามารถแจ้งกับ พนักงานได้โดยตรง และ อำนวยความสะดวกด้วย การบริการแท็กซี่และ รถจักรยานยนต์	การบริการจากพนักงาน บริการส่วนหน้าที่คอย ดูแลอำนวยความสะดวก ตลอด 24 ชั่วโมงแก่ ผู้รับบริการ แบ่งเป็น 2 เวลส์หลักได้แก่ เช้า และ บ่าย	การดูแลแก้ปัญหาและ ความต้องการของ ผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทางสมาร์ต โฟน รวมทั้งผู้รับบริการ ที่มีการเข้ามาใช้บริการ 3 ครั้ง จะได้รับเสื้อของ แบรนด์ The Moon Hostel Hualin อีกทั้ง ยังมีการบริการอาหาร ว่างตอนเช้าให้แก่ ผู้รับบริการและการยก กระเป๋าส่งตรงถึงหน้า ห้อง	การติดตามดูแลเพื่อ ตอบสนองความต้องการ แก่ผู้รับบริการ โดยมี พนักงานที่คอยให้บริการ ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้ง มีการการรับ-ส่ง และ การเช่ารถจักรยานยนต์ ประจำทางสาธารณะ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายกับ ค่าบริการเพิ่มเติม	มีบริการคาเฟ่เพื่อรับรอง ผู้รับบริการที่มาเข้าพัก และเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน หรือต้องการความช่วยเหลือ สามารถแจ้งแก่พนักงาน ได้โดยตรง	การบริการโดยพนักงาน และการอำนวยความสะดวก และแก้ปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงมีบริการ ด้านการรับ-ส่ง โดยไม่มี การเรียกเก็บค่าบริการ
6. รูปแบบของรายได้ และกำไร	การบริการอาหารและ เครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ ที่มีกำไรเรียกเก็บ ค่าใช้จ่ายเพิ่ม รวมทั้ง การบริการห้องพักรายเดือน	การบริการสอยค ให้แก่ผู้รับบริการ ภายนอกโดยมีการเรียก เก็บค่าใช้จ่าย	ราคาของค้างห้องพักร ก าร ป รับ ล ด ใน สถานการณ์การแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัสโค วิด-19 อีกทั้งมีการจัดนำ เที่ยวด้วยธุรกิจของ ผู้ประกอบการเอง	การขยายธุรกิจที่พัก ขนาดย่อมเพิ่ม 2 แห่ง ในเขตพื้นที่หัวหินเพื่อ ขยายโอกาสในการ เข้าถึงผู้รับบริการกลุ่ม ใหม่	การจำหน่ายเครื่องดื่ม เพียงอย่างเดียว อีกทั้ง ยังมีของที่ระลึกเป็น บริการเสริมแก่	การให้บริการคาเฟ่ใน การจัดจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสร้าง กลุ่มผู้รับบริการ ภายนอก	การให้บริการคาเฟ่ใน การรับรองผู้รับบริการ	การให้บริการคาเฟ่ใน การจัดจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มในการเป็น สร้างรายได้อีกหนึ่ง ช่องทาง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)								
คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)	คุณเฮช (โรงแรม RO)
7. การจัดการภายใน องค์กร	ผู้ประกอบการ กำหนดการจัดพนักงาน บริการส่วนหน้า และ พนักงานทำความสะอาด อย่างละ 1 ตำแหน่ง ตลอด 24 ชั่วโมง ประชาสัมพันธ์ เพื่อ กระตุ้นตลาด	การจัดการเป็นธุรกิจ ภายในครอบครัว อีกทั้ง ไม่ได้มีการปรับเรื่อง ราคาห้องพัก ใน สถานการณ์โควิด 19 และไม่กระทบต่อต้นทุน การจัดพนักงาน	การจัดกิจกรรมขนาด เล็กไม่จำเป็นต้องมี พนักงานจำนวนมาก แต่ พนักงานต้องสามารถ ปฏิบัติงานได้หลาย หน้าที่	การปรับลดจำนวน พนักงานให้สอดคล้อง กับปริมาณงานที่เกิดขึ้น	การปรับลดพนักงานลด ให้สอดคล้องกับตัวเนื้อ งาน และให้ความสำคัญ เรื่องความปลอดภัย และความสะอาดเป็น หลัก	ไม่ได้มีการปรับลด พนักงานเนื่องจากมี อัตราค่าจ้างที่เพียงพอ ต่อภาระงานในปัจจุบัน ทั้งนี้ยังมีการจ้างตัวแทน บริษัทภายนอกเข้ามา ดูแลในบางส่วนของโฮส เทล	การปรับให้พนักงานมี วันหยุดเพิ่มขึ้นและ สลับกันมาทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับ ภาระหน้าที่ และการ ปรับลดอัตราค่าจ้าง รวมทั้งการส่งเสริม พนักงานต้องมีทักษะที่ หลากหลายในการ ทำงาน	การจ้างบุคคลภายนอก ให้สอดคล้องกับภาระ งานที่จำเป็น ได้แก่ การ ทำความสะอาดห้องพัก และการจัดนำเที่ยว ใน ส่วนของพนักงาน ประจำต้องมีการฝึก หลายหลากในการ ทำงาน
8. พันธมิตรและ เครือข่ายธุรกิจ	การสร้างความสัมพันธ์ กับผู้ให้บริการรายเก่าให้ เป็นส่วนหนึ่งของ ประชาสัมพันธ์ต่อไปยัง ผู้ให้บริการรายใหม่	การประสานงานระหว่าง ธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วน บุคคล จักรยานยนต์ รวมถึงบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนกลุ่มธุรกิจ รีด	การประสานงานระหว่าง กลุ่มธุรกิจเดียวกันใน การส่งผู้รับบริการใน กรณีที่ห้องพักเต็ม	สภาพแวดล้อมที่ตั้งอยู่ ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าและธุรกิจบริการ อื่น ๆ จึงจำเป็นต้องมี เครือข่ายทางธุรกิจอื่น เข้ามาสนับสนุน	การประสานงาน เครือข่ายธุรกิจที่คิดใน ราคาพิเศษ และมีการ จำหน่ายรายการนำเที่ยว รวมถึงการรับ-ส่งบริการ ผู้รับบริการไปยังแหล่ง ท่องเที่ยว	การติดต่อประสาน ร่วมมือกับบริษัทผู้นำ เที่ยวเพื่อตอบสนอง ความต้องการของ ผู้รับบริการในการ เดินทางท่องเที่ยว	การสร้างความร่วมมือ การธุรกิจที่พ้องกัน โดย การให้ส่วนลดหรือ กิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อให้บริการในส่วน ของคาเฟ่	ไม่ได้มีการสร้างความ ร่วมมือทางการธุรกิจที่ เกี่ยวข้องอื่น ๆ เนื่องจาก เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ สามารถจัดการได้ด้วย ตนเอง

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล 8 ด้าน	ผู้ให้ข้อมูลหลัก (นามสมมติ)						
	คุณเอ (โรงแรม J)	คุณบี (โรงแรม M)	คุณซี (โรงแรม JT)	คุณดี (โรงแรม CB)	คุณอี (โรงแรม TM)	คุณเอฟ (โรงแรม BL)	คุณจี (โรงแรม RD)
9. ข้อจำกัดและ อุปสรรคของนวัตกรรม ในธุรกิจโรงแรม ประเภทโฮสเทล	เงินทุนสำรองที่ใช้ในการ จัดการในธุรกิจ และการ ลดจำนวนแรงงานที่ไม่ จำเป็น	ระงับการใช้เทคโนโลยี เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก การเพิ่มต้นทุนที่สูงกับ ธุรกิจขนาดเล็ก	กระบวนการชำระจากผู้ บริการชาวต่างประเทศ ยังไม่สามารถโอนชำระ ด้วยขั้นตอนที่สะดวก รวดเร็ว จึงจำเป็นต้อง พึ่งพาคอนกลางอย่าง OTA	เนื่องจากธุรกิจเป็นขนาดเล็ก จึงสามารถได้โดยไม่ได้ ควบคุมดูแลได้โดยไม่ได้ ต้องพึ่งพาระบบ เทคโนโลยีที่มีต้นทุนสูง อีกทั้งกลุ่มผู้ให้บริการที่ เข้ามามีวัตถุประสงค์เพียงการ อาศัยค้างคืนเท่านั้น	ผลกระทบจากปัจจัย ภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ที่มีผลกระทบต่อเนื่อง เศรษฐกิจ ทำให้อัตรา การเข้าพักลดลงอย่าง ต่อเนื่อง โดยกลุ่ม ผู้ให้บริการชาวไทยใน ปัจจุบันยังมีกำลังซื้อที่ไม่ สูงมากนักหากเทียบกับ มูลค่าของกลุ่ม ผู้บริการชาวต่างชาติ	ขาดการประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่องในการ เข้าถึงผู้รับบริการทาง ระบบออนไลน์ แต่การ สำรวจการเข้าพักพบว่า ผู้รับบริการส่วนมากมา จากการบอกต่อแบบ ปากต่อปากเป็นหลัก	ปัจจัยภายนอกที่ทำให้ เกิดผลกระทบในการ ดำเนินธุรกิจ และไม่สามารถที่จะควบคุมได้ สำหรับการเพิ่มต้นทุนใน สถานการณ์โควิด-19 พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อช่วยในการ ตอบสนองความต้องการ และแก้ปัญหาของ ผู้รับบริการ

ขั้นตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ลำดับผลการศึกษาด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ อายุ สถานะ ศาสนา ระดับการศึกษา ภูมิลาเนา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียดตามตารางที่ 7 – 14 ดังนี้

ตารางที่ 7 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	34	21.3
หญิง	110	68.8
LGBTQ	15	9.4
ไม่ระบุ	1	0.5
รวม	160	100

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 160 คน เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 เพศชายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 LGBTQ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และไม่ระบุเพศจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	2	1.3
20 – 37 ปี	121	75.6
38 – 52 ปี	32	20
53 ขึ้นไป	5	3.1
รวม	160	100

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 37 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 38 – 52 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ช่วงอายุ 53 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพสมรส

3. สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	172	79.4
สมรส	28	17.5
หย่าร้าง / หม้าย	5	3.1
รวม	160	100

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีสถานะโสด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมา คือ สถานะสมรส จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และสถานะหย่าร้างหรือหม้าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านศาสนา

4. ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	142	88.8
คริสต์	9	5.6
อิสลาม	2	1.3
ไม่นับถือศาสนา	6	3.8
อื่น ๆ	1	0.5
รวม	160	100

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ศาสนาพุทธ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมา คือ ศาสนาคริสต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ไม่นับถือศาสนา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ศาสนาอิสลาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

5. ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	20.6
ปริญญาตรี	102	63.8
สูงกว่าปริญญาตรี	25	15.6
รวม	160	100

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมา คือ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภูมิลำเนา

6. ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	102	63.8
ภาคใต้	20	12.5
ภาคเหนือ	7	4.3
ภาคตะวันออก	9	5.6
ภาคตะวันตก	8	5.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	8.8
รวม	160	100

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลาง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมา คือ ภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ภาคตะวันออก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ภาคตะวันตก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และภาคเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ

7. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	12	7.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	14.1
พนักงานบริษัท	73	45.6
เจ้าของธุรกิจ	25	15.6
รับจ้างอิสระ	16	10
เกษตรกร	3	1.9
อื่น ๆ	8	5.3
รวม	160	100

จากตารางที่ 13 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา คือ อาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 อาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	14	8.8
10,001 – 20,000 บาท	72	45
20,001 – 30,000 บาท	38	23.8
30,001 – 40,000 บาท	18	11.3
40,001 บาทขึ้นไป	18	11.3
รวม	160	100

จากตารางที่ 14 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

20,001 – 30,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรายละเอียดตามตารางที่ 15 – 21 ดังนี้

ตารางที่ 15 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านวัตถุประสงค์การเข้าพัก

1. วัตถุประสงค์การเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	123	76.9
เพื่อธุรกิจ	2	1.3
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	34	21.3
อื่น ๆ	1	0.5
รวม	160	100

จากตารางที่ 15 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เข้าพักเพื่อการพักผ่อน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ เพื่อแวะพักระหว่างทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 เพื่อธุรกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านจำนวนวันพัก

2. จำนวนวันพัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 24 ชั่วโมง	19	11.9
1 - 2 วัน	134	83.8
3 - 6 วัน	6	3.8

2. จำนวนวันพัก	จำนวน	ร้อยละ
1 สัปดาห์	1	0.5
มากกว่า 1 สัปดาห์	0	0
รวม	160	100

จากตารางที่ 16 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เข้าพัก 1 - 2 วัน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมา คือ เข้าพักไม่เกิน 24 ชั่วโมง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 เข้าพัก 3 - 6 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 เข้าพัก 1 สัปดาห์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และมากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง

3. บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	27	16.9
คู่รัก	36	22.5
ครอบครัว	44	27.5
กลุ่มเพื่อน	52	32.5
กลุ่มบริษัททัวร์	0	0
อื่นๆ	1	0.6
รวม	160	100

จากตารางที่ 17 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เดินทางลักษณะกลุ่มเพื่อน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 คู่รัก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 คนเดียว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และกลุ่มบริษัททัวร์ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์

4. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
ตามคำบอกเล่า	15	9.4
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว,ป้ายประกาศ แผ่นพับ เป็นต้น	3	1.8
สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 เป็นต้น	98	61.3
เว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka ฯลฯ	44	27.5
อื่นๆ	0	0
รวม	160	100

จากตารางที่ 18 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เข้าถึงแหล่งข้อมูลผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา คือ เว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka ฯลฯ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ตามคำบอกเล่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว,ป้ายประกาศ แผ่นพับ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และอื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านวิธีการสำรองห้องพัก

5. วิธีการสำรองห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
Walk – in	22	13.8
เว็บไซต์โรงแรม	26	16.3
สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินstagram เป็นต้น	40	25
เว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka ฯลฯ	70	43.8
ผ่านบริษัทจัดนำเที่ยว	2	1.1
อื่น ๆ	0	0
รวม	160	100

จากตารางที่ 19 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เว็บไซต์โรงแรม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 การ Walk – in จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 บริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และอื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านประเภทห้องพัก

6. ประเภทห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
ห้องส่วนตัว	94	58.8
ห้องพักคู่	42	26.3
ห้องพักส่วนตัว 3 เตียง	11	6.9
ห้องพักส่วนตัว 4 เตียง	4	2.4
ห้องพักรวม	9	5.6
รวม	160	100

จากตารางที่ 20 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เลือกห้องส่วนตัว จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ ห้องคู่ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ห้องพักส่วนตัว 3 เตียง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ห้องพักรวม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และห้องพักส่วนตัว 4 เตียง จำนวน 4 คน คิดร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านอัตราค่าบริการ

7. อัตราค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
300 – 500 บาท	12	7.4
600 - 1,000 บาท	78	48.8
1,100 - 1,500 บาท	47	29.4
1,600 - 2,000 บาท	23	14.4

7. อัตราค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	160	100

จากตารางที่ 21 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่อัตราค่าบริการ 600 - 1,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ 1,100 - 1,500 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 1,600 - 2,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และ 300 - 500 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 8 ด้าน ได้แก่ มีรายละเอียดตามตารางที่ 15 - 21 ผู้วิจัยสามารถนำเสนอรายละเอียดดังตารางที่ 22 - 29

ตารางที่ 22 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ

1. ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1.1 โฮสเทลมีการออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ความน่าสนใจ	4.38	0.73	มากที่สุด
1.2 โฮสเทลมีห้องพักหลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการของผู้รับบริการ	4.35	0.75	มากที่สุด
1.3 โฮสเทลมีสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างจากที่พักอื่น เช่น จุดถ่ายภาพ สวนหย่อม ดาดฟ้า เป็นต้น	4.19	0.99	มาก
รวมเฉลี่ย	4.31	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านคุณสมบัติและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.68) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า การออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ความน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.73) รองลงมา ได้แก่ ห้องพักมี

หลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.75) และสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างจากที่พักอื่น เช่น จุดถ่ายภาพ สวนหย่อม ดาดฟ้า เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ

2. ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
2.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีระบบการจองผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ อาทิ Booking หรือ Agoda เป็นการสร้างฐานผู้รับบริการ และมีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน	4.45	0.74	มากที่สุด
2.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นช่องทางการติดต่อเข้าพักของผู้บริการ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น	4.56	0.65	มากที่สุด
2.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการบอกแบบปากต่อปากระหว่างผู้รับบริการส่งผลต่อการสร้างกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ในอนาคต	4.26	0.77	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.42	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 23 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.56) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า ระบบการจองผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ อาทิ Booking หรือ Agoda เป็นการสร้างฐานผู้รับบริการ และมีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.74) รองลงมา ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นช่องทางการติดต่อเข้าพักของผู้บริการ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.65) และการบอกแบบปากต่อปากระหว่างผู้รับบริการส่งผลต่อการสร้างกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการสร้างภาพลักษณ์

3. ด้านการสร้างภาพลักษณ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
3.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงตราสัญลักษณ์หรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น	4.30	0.83	มากที่สุด
3.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการบริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิดจนเกิดความประทับใจ	4.23	0.89	มากที่สุด
3.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่	4.16	0.88	มาก
รวมเฉลี่ย	4.23	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 24 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการสร้างภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.72) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า การแสดงตราสัญลักษณ์หรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.83) รองลงมา ได้แก่ การบริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิดจนเกิดความประทับใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.89) และการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย

4. ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
4.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการคัดกรองผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก	4.04	0.96	มาก
4.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่	4.28	0.87	มากที่สุด

4. ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
รัดกุม อาทิ การติดตั้งกล้องวงจรปิด ระบบศัลยกรรม เฉพาะห้องพัก ตู้ล็อกเกอร์ส่วนบุคคล			
4.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงแผนผังทางหนีไฟ การ ติดตั้งถังดับเพลิง และเส้นทางสำหรับอพยพเมื่อเกิดเหตุ ฉุกเฉินต่าง ๆ รวมถึงระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย	4.21	0.87	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.18	0.81	มาก

จากตารางที่ 25 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.81) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า มาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม อาทิ การติดตั้งกล้องวงจรปิด ระบบศัลยกรรมเฉพาะห้องพัก ตู้ล็อกเกอร์ส่วนบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.87) รองลงมา ได้แก่ การแสดงแผนผังทางหนีไฟ การติดตั้งถังดับเพลิง และเส้นทางสำหรับอพยพเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ รวมถึงระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.87) และกระบวนการคัดกรองผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการเสริม

5. ด้านบริการเสริม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
5.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการให้ความช่วยเหลือ ผู้รับบริการในกรณีที่เกิดปัญหาเร่งด่วน สามารถติดต่อ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.15	0.93	มาก
5.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการติดตามหรือ สอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการเข้าพักสิ้นสุดลง	3.85	1.12	มาก
5.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสิ่งอำนวยความสะดวกรับรอง ผู้รับบริการ อาทิ ที่จอดรถโดยสาร ระบบการชำระเงิน รูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุคสมัย	4.19	0.91	มาก

5. ด้านบริการเสริม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
รวมเฉลี่ย	4.06	0.90	มาก

จากตารางที่ 26 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมการบริการเสริมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการเสริม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.90) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับบริการ อาทิ ที่จอดรถโดยสาร ระบบการชำระเงินรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุคสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.91) รองลงมา ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในกรณีที่เกิดปัญหาเร่งด่วน สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.93) และกระบวนการติดตามหรือสอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการเข้าพักสิ้นสุดลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 1.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมการบริการเสริมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร

6. ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
6.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการปรับลดอัตราค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์โควิด-19	4.23	0.84	มากที่สุด
6.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลจำเป็นต้องมีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ	4.10	0.93	มาก
6.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลสามารถขยายกิจการในต่างพื้นที่ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความใกล้ชิดต่อตราสินค้ามีตัวเลือกในการเข้าพักที่มากขึ้น	4.20	0.81	มาก
รวมเฉลี่ย	4.18	0.68	มาก

จากตารางที่ 27 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมการบริการเสริมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.68) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า การปรับลดอัตราค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.84) รองลงมา ได้แก่ โฮสเทลสามารถขยายกิจการในต่างพื้นที่ เพื่อให้

ผู้รับบริการมีความภักดีต่อตราสินค้ามีตัวเลือกในการเข้าพักที่มากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.81) และ ความจำเป็นต้องมีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการจัดการภายในองค์กร

7. ด้านการจัดการภายในองค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
7.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีจำนวนพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพียงพอต่อการให้บริการ	3.91	0.89	มาก
7.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย เพื่อสร้างความไว้วางใจในการเข้าพัก อาทิ การคัดกรองการรับวัคซีนของผู้รับบริการ	4.20	0.93	มาก
7.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการรักษาสีงแวดล้อมและการจัดการมลพิษที่มีประสิทธิภาพ	4.08	0.91	มาก
รวมเฉลี่ย	4.06	0.81	มาก

จากตารางที่ 28 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการจัดการภายในองค์กร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.81) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า มาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย เพื่อสร้างความไว้วางใจในการเข้าพัก อาทิ การคัดกรองการรับวัคซีนของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.93) รองลงมา ได้แก่ และกระบวนการรักษาสีงแวดล้อมและการจัดการมลพิษที่มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.81) และจำนวนพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ

8. ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
8.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลต้องอาศัยพันธมิตรทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นเพื่อดำรงธุรกิจได้อย่างมั่นคง	4.11	0.83	มาก
8.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในพื้นที่ เช่น ธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ บริษัทจัดนำเที่ยว ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น เพื่อเป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ	4.17	0.92	มาก
8.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการสร้างฐานผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยการให้ส่วนลดแก่ผู้รับบริการภายนอกในการเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร และคาเฟ่	4.20	0.84	มาก
รวมเฉลี่ย	4.16	0.74	มาก

จากตารางที่ 29 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.74) เมื่อได้จำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า การสร้างฐานผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยการให้ส่วนลดแก่ผู้รับบริการภายนอกในการเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร และคาเฟ่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.74) รองลงมา ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในพื้นที่ เช่น ธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ บริษัทจัดนำเที่ยว ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น เพื่อเป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.92) และ โฮสเทลต้องอาศัยพันธมิตรทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นเพื่อดำรงธุรกิจได้อย่างมั่นคง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการ และการใช้แบบสอบถามกับผู้รับบริการ ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยผู้วิจัยได้กำหนดการนำเสนอการสรุปและอภิปรายผลดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

1. คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการออกแบบถูกอ้างอิงตามความชื่นชอบหรือความสนใจของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่มีเอกลักษณ์ดึงดูดผู้รับบริการ รวมถึงเลือกใช้โทนสีที่ทำให้ความรู้สึกสบายตา อาทิ โทนสีพาสเทล หรือบางแห่งเลือกใช้โทนสีเข้มที่แสดงออกถึงความอบอุ่น และการเลือกอุปกรณ์การตกแต่งโครงสร้างพื้นฐานที่มีความเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นเตียงประเภทแคปซูล รวมทั้งการให้ความสำคัญของการเลือกใช้วัสดุผ้าฝ้ายคุณภาพเพื่อเหมาะแก่การพักผ่อน อีกทั้งการนำเสนอประโยชน์ที่ได้จากสภาพแวดล้อมรอบข้างของที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการ เช่น ธุรกิจร้านค้า ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการพึ่งพาอาศัยการนำเสนอธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลผ่านระบบ Online Travel Agency อาทิ Agoda และ Booking รวมถึงการพึ่งพากลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่าง Facebook จำเป็นต่อธุรกิจที่พัก เพื่อเป็นช่องทางการสร้างฐานข้อมูลสำหรับผู้รับบริการและนำเสนอห้องพัก ซึ่งในขณะเดียวกันการบอกแบบปากต่อปากก็ยังแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้รับบริการเป็นอีกแนวทางที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการบริการเป็นการแสดงถึงการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการให้เปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยเป็นกำหนดภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่ได้รับรางวัลหรือการยกย่องมาตรฐานการบริการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักและสภาพแวดล้อมของที่พักยังเป็นส่วนช่วยสนับสนุนตอบสนองความต้องการของผู้บริการที่ต้องการเติมเต็มประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ผู้รับบริการ

1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการกำหนดรูปแบบการเข้าถึงเป็นการนำระบบออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมการติดต่อสื่อสารและอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มผู้รับบริการ โดยการใช้การบริการผ่านตัวแทนจำหน่ายระบบ Online Travel Agency และสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ในขณะเดียวกันการกำกับดูแลความปลอดภัยของที่พัก ซึ่งมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดและการใช้ระบบคีย์การ์ดในการล็อกประตู 2 ชั้น เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้รับบริการทุกรายที่มาเข้าพักอาศัย อีกทั้งการคำนึงเรื่องความสะดวกเพิ่มมากขึ้นกับการรับมือของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตามมาตรการของ SHA ที่ครอบคลุมสุขภาพทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการไปพร้อม ๆ กัน

1.5 ด้านบริการเสริม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการติดตามดูแลให้ความช่วยเหลือเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการให้ความอำนวยความสะดวกระหว่างการเข้ารับบริการ อาทิ การประสานงานกับโรงพยาบาลหากผู้รับบริการเกิดอุบัติเหตุฉุกเฉินหรือมีอาการป่วยกระทันหันภายในที่พัก อีกทั้งการเพิ่มการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และการบริการติดต่อประสานงาน

ธุรกิจอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้แก่ การเช่ารถมอเตอร์ไซด์ การเช่ารถยนต์โดยสารส่วนบุคคล และบริษัทจัดนำเที่ยว

1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจประเภทบริการอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่เป็นที่นิยมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อเพิ่มโอกาสการแสวงหารายได้เพิ่มเติมจากการเข้าพักอาศัยเพียงอย่างเดียว และการมีดำเนินกิจกรรมให้แก่ผู้รับบริการที่สนใจ โดยมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อาทิ การจัดบริการนำเที่ยว การจัดกิจกรรมสันทนาการ รวมถึงการขายธุรกิจที่พักภายใต้ตราสินค้าเดียวกันไปยังจังหวัดหรือเขตอำเภอใกล้เคียง

1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการจัดการของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีการดำเนินการ โดยกำหนดให้พนักงานมีทักษะการปฏิบัติงานที่หลากหลายตำแหน่งเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบภาระงาน โดยไม่จำเป็นต้องมีการจ้างพนักงานเพิ่ม อีกทั้งบางแห่งยังมีการใช้รูปแบบการจ้างตัวแทนภายนอกเข้ามาเก็บค่าดูแลงานบางส่วนในระยะสั้นแบบชั่วคราวหรือรายวันเพื่อจำกัดต้นทุนการดำเนินการสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผู้ประกอบการสูญเสียรายได้ไปเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวการจัดการห้องพักได้มีการเปลี่ยนโดยเลือกนำเสนอการบริการแบบห้องพักเดียวเพื่อสอดคล้องกับมาตรการการสร้างความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ

1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายของธุรกิจบริการประเภทอื่น ๆ ภายนอกช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยพนักงานจะมีการติดต่อประสานงานกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจซักรีด ธุรกิจเช่ารถจักรยานยนต์ และรถยนต์ ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น รวมถึงการใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายในลักษณะของการให้ส่วนลดของธุรกิจอื่นภายใต้เครือข่ายเดียวกัน อีกทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการรายเก่าในการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากผ่านการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างฐานผู้รับบริการรายใหม่ แต่อย่างไรก็ตามยังพบว่าธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นการดำเนินธุรกิจขนาด

เล็กที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นผู้ประกอบการบางรายอาจจะมองธุรกิจอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียงไม่
เป็นสิ่งจำเป็นในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

1.9 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการอธิบายถึงปัจจัยภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นเงื่อนไขที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุม
อาจจะกระทบต่อแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจเป็นประการแรก อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วน
ช่วยในการจัดการความปลอดภัยทางเข้า-ออกอีกทั้งภายในบริเวณโฮสเทลยังเป็นการเพิ่มต้นทุนที่ไม่
จำเป็นในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นธุรกิจที่พิกขนาดเล็ก จึงทำให้การ
ลงทุนในแต่ละครั้งจำเป็นต้องมีประเมินความคุ้มค่าของการปฏิบัติงานอย่างรัดกุมให้มากยิ่งขึ้น ยิ่งไป
กว่านั้นพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลังสถานการณ์การแพร่
ระบาดยังคงเป็นสิ่งที่ควรจับตามองกันต่อไป เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางการรับมือ
และการปรับตัวเข้ากับทิศทางของอุตสาหกรรมบริการที่เปลี่ยนไป

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย
คือ ตัวแทนจากกลุ่มผู้รับบริการที่มีประสบการณ์การใช้บริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดย
ผู้รับบริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล จำนวนทั้งสิ้น 160 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น
ร้อยละ 68.8 อายุในช่วง 20 - 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.6 มีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79.4
มีศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 88.8 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.8 มี
ภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.8 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.6 มีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45

2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภท
โฮสเทล ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีจำนวนวันเข้าพัก
1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 83.8 มีกลุ่มเพื่อนร่วมเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูล

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีวิธีการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีการเข้าพักห้องพักส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 58.8 มีอัตราค่าบริการ 600 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.8

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

2.3.1 ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า โฮสเทลมีการออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีห้องพักหลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมากที่สุด และโฮสเทลมีสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างจากที่พักอื่น เช่น จุดถ่ายภาพ สวนหย่อม ดาดฟ้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

2.3.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า โฮสเทลมีสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นช่องทางการติดต่อเข้าพักของผู้บริการ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีระบบการจองผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ อาทิ Booking หรือ Agoda เป็นการสร้างฐานผู้รับบริการ และมีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมากที่สุด และโฮสเทลมีการบอกแบบปากต่อปากระหว่างผู้รับบริการส่งผลต่อการสร้างกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.3.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการสร้างภาพลักษณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า โฮสเทลมีการแสดงตรา

สัญลักษณ์หรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีการบริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิดจนเกิดความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมากที่สุด และโฮสเทลมีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า โฮสเทลมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม อาทิ การติดตั้งกล้องวงจรปิด ระบบคีย์การ์ดเฉพาะห้องพัก ตู้ล็อกเกอร์ส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีการแสดงแผนผังทางหนีไฟ การติดตั้งถังดับเพลิง และเส้นทางสำหรับอพยพเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ รวมถึงระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมากที่สุด และโฮสเทลมีกระบวนการคัดกรองผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3.5 ด้านบริการเสริม

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการเสริม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า โฮสเทลมีสิ่งอำนวยความสะดวกรับรองผู้รับบริการ อาทิ ที่จอดรถโดยสาร ระบบการชำระเงินรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุคสมัย ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีการให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในกรณีที่เกิดปัญหาเร่งด่วน สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมาก และโฮสเทลมีกระบวนการติดตามหรือสอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการเข้าพักสิ้นสุดลง มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านโฮสเทลมีการปรับลดอัตรา

ค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลสามารถขยายกิจการในพื้นที่ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรักดีต่อตราสินค้ามีตัวเลือกในการเข้าพักที่มากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมาก และโฮสเทลจำเป็นต้องมีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการจัดการภายในองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านโฮสเทลมีมาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย เพื่อสร้างความไว้วางใจในการเข้าพัก อาทิ การคัดกรองการรับวัคซีนของผู้รับบริการ เฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีกระบวนการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและการจัดการมลพิษที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมาก และโฮสเทลมีจำนวนพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ

จากการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านโฮสเทลมีการสร้างฐานผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยการให้ส่วนลดแก่ผู้รับบริการภายนอกในการเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร และคาเฟ่ เฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า โฮสเทลมีการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในพื้นที่ เช่น ธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ บริษัทจัดนำเที่ยว ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น เพื่อเป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 2 อยู่ในระดับมาก และโฮสเทลต้องอาศัยพันธมิตรทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นเพื่อดำรงธุรกิจได้อย่างมั่นคง มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

1. คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ

ผลการศึกษาพบว่า การสร้างธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลได้ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่ผู้รับบริการที่ตัดสินใจเข้าพัก โดยรูปแบบการตกแต่งภายในและภายนอกที่คำนึงถึงการเลือกใช้สีโทนแสดงออกถึงความรู้สึกที่สบายและอบอุ่น รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่สะท้อนถึงแนวคิดของโฮสเทลที่ตรงกลุ่มผู้รับบริการ อีกทั้งการเอาใจใส่ด้านการบริการอย่างใกล้ชิดเช่นเดียวกับครอบครัว และคำนึงถึงคุณภาพเตียงนอนที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกประทับใจในการใช้บริการ และสามารถเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันกับบริการที่พัก สอดคล้องกับการผลศึกษาของ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2559) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ในการแสดงออกถึงรูปแบบที่พักและการบริการ ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นการสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจแก่ผู้รับบริการ ตลอดจนการบริการที่อบอุ่นเสมือนคนในครอบครัวยังเป็นการแสวงหาโอกาสทางการแข่งขันเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kuzmanović & Vukić (2021) อธิบายว่า ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายมีการพัฒนารูปแบบห้องพักผ่านความคิดสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดผู้รับบริการด้วยความหลากหลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของที่พัก เน้นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับผู้รับบริการที่ไม่คุ้นเคยหรือสัมผัสที่ไหนมาก่อน รวมถึงการกำหนดราคาที่ไม่สูงมากนักจึงทำให้ผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันสามารถเข้าถึงธุรกิจโฮสเทลได้

1.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการและการนำเสนอที่พักผ่านระบบออนไลน์เป็นช่องทางหลัก โดยพึ่งพาตัวแทนการจัดจำหน่ายอย่างระบบ Online Travel Agency รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมซึ่งเป็นช่องทางการเข้าถึงผู้รับบริการที่สะดวกอย่างรวดเร็ว อีกทั้งส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องแบบปากต่อปากช่วยสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขยายช่องทางของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยสอดคล้องกับการผลศึกษารัชมณฑล ทองหล่อ และคณะ (2564) พบว่า ผู้ประกอบได้

นำเสนอมุมมองการบริการและความคาดหวังในคุณภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งทางผู้รับบริการสามารถสร้างวาทกรรมที่เกิดจากประสบการณ์การเข้ารับบริการทางด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะดวก และด้านสถานที่ตั้ง ผ่านการประชาสัมพันธ์บอกต่อแบบปากต่อปากในการแสดงความคิดเห็นสร้างการรับรู้ไปยังผู้รับบริการรายใหม่นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ สุทธิกร กิ่งแก้ว (2564) อธิบายว่า หลักสำคัญของการดำเนินธุรกิจต้องแสวงหาความต้องการของผู้รับบริการและช่องทางทางการนำเสนอความน่าสนใจของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองการบริการที่หลากหลายของผู้รับบริการอย่างสร้างสรรค์และสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการ ตลอดจนช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการนำเสนอผ่านรูปแบบประชาสัมพันธ์สู่ผู้รับบริการรายใหม่

1.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการบริการและการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเสมือนคนในครอบครัว ตลอดจนการอำนวยความสะดวกสบายที่ตอบสนองต่อการใช้บริการสามารถสร้างรูปแบบการจัดจำที่ดีและการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเพื่อเพิ่มโอกาสทางการเข้าถึงผู้รับบริการรายใหม่ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น และเป็นแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ Martin-Rios & Ciobanul (2019) พบว่า นวัตกรรมบริการเป็นส่วนสนับสนุนรูปแบบการบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ อีกทั้งการผสมผสานระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอรูปห้องพักและสภาพแวดล้อมบริเวณภายใน และนวัตกรรมกระบวนการที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นยังเพิ่มประสิทธิภาพการบริการที่สามารถสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์แก่ผู้รับบริการได้อีกด้วยนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kristensson, Witell, & Gustafsson (2012) อธิบายว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมและพัฒนาการบริการใหม่ เพื่อตอบรับความคาดหวังของผู้รับบริการที่หลากหลายโดยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและบริการกับผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจที่แสดงออกถึงการติดตามดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้รับบริการ ซึ่งเป็นตัววัดประสิทธิภาพการบริการและแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรม

1.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย

ผลการศึกษาพบว่า การนำระบบออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมการติดต่อสื่อสารและอำนวยความสะดวกกับผู้รับบริการเป็นช่องทางที่ง่ายต่อการเข้าถึงที่รวดเร็ว โดยใช้การบริการ

ผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายระบบ Online Travel Agency และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร ในขณะเดียวเรื่องความปลอดภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าพักแก่ผู้รับบริการ ผ่านการกำกับดูแลตามมาตรฐานความปลอดภัยและการดูแลความสะอาดตามมาตรฐานของ SHA ของกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งพื้นที่ส่วนกลางยังมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดและการใช้ระบบคีย์การ์ดในการล็อคประตู 2 ชั้น เพื่อยกระดับความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ และเป็นมาตรการส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ Dung Le a & Giang Phi (2021) พบว่า โรงแรมเป็นธุรกิจบริการที่ต้องมีการสนับสนุนการดำเนินงานในสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีการปรับระบบการจัดการที่คำนึงด้านความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น โดยอยู่ในมาตรการความปลอดภัยของ SHA เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดการแพร่ระบาดสู่ผู้รับบริการรายอื่น เป็นการสร้างกลยุทธ์การบริการของธุรกิจบริการที่ให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของ ดารณี อาจชาญ และ สันติธร ภูริภักดี (2564) อธิบายว่า การปรับวิธีการดำเนินธุรกิจโรงแรมใหม่ ด้วยการยกระดับมาตรฐานการบริการด้านความปลอดภัยสูงขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจการเลือกบริการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามารับรองป้องกันความปลอดภัยภายในที่พักที่เหมาะสมกับสถานการณ์โดยคำนึงถึงต้นทุนและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

1.5 ด้านบริการเสริม

ผลการศึกษาพบว่า การเพิ่มช่องทางการอำนวยความสะดวก ในลักษณะของการประสานงานกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น บริการเช่ารถมอเตอร์ไซด์และรถยนต์โดยสารส่วนบุคคล และบริษัทจัดนำเที่ยว เป็นต้น ตลอดจนการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อตอบสนองความต้องการระหว่างการเข้าพัก โดยบ่งชี้ถึงการติดตามดูแลให้ความช่วยเหลือ เพื่อให้เกิดการสร้างภาพประทับใจให้กับผู้รับบริการ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ ปฐมพร ศรีมณี (2561) พบว่า การสนับสนุนการสร้างภาพหลากหลายของการบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการระหว่างการเข้าพักให้เกิดความพึงพอใจ โดยผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริการในธุรกิจโรงแรมครั้งต่อไป อีกทั้งยังแสดงถึงความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการที่มีต่อผู้รับบริการนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของ ดุษฎี เทียมเทศ และคณะ (2564) อธิบายว่า การให้ความสำคัญโดยการมุ่งเน้นผู้รับบริการ คู่แข่งขัน และความร่วมมือภายในองค์กร เป็นผลเชิงบวกสามารถผลักดันให้สินค้าและ

บริการที่มีความหลากหลายเข้าถึงผู้รับบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความประทับใจแก่ผู้รับบริการ และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้งการให้ความสำคัญของการพัฒนาองค์กรที่ไม่หยุดนิ่งช่วยขับเคลื่อนการดำเนินของธุรกิจให้อยู่รอดต่อไป

1.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร

ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบริการเสริมที่เป็นการเพิ่มช่องทางการบริการในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ เป็นผลสืบมาจากแนวทางการวางแผนการแสวงหารายได้ทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล นอกเหนือจากการขายห้องพักเพียงช่องทางเดียว ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มจากบริการเสริม อาทิ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งยังเป็นเทคนิคเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลกับผู้รับบริการรายใหม่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ Konovalova & Jatuliaviciene (2015) พบว่าอุตสาหกรรมบริการได้พยายามสร้างและปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความแปลกใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการที่เปลี่ยนไปตามค่านิยมและยุคสมัย รวมถึงการพัฒนาการบริการให้เกิดประสิทธิภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจ ในการแสวงหาเพิ่มรายได้และกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของ นพดล เหลืองภิรมย์ (2557) อธิบายว่า การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผ่านความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่ความสามารถการสร้างธุรกิจใหม่ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน เพื่อแสวงหารายได้และผลกำไรของการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนขับเคลื่อนและพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในบริบทปัจจุบัน

1.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลได้ปรับตัวตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นการลดต้นทุนในสถานที่รายได้ของกิจการลดลงร่วมกับ มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการปฏิบัติงานที่กำหนดให้พนักงานต้องมีการพัฒนาทักษะที่หลากหลายในแต่ละตำแหน่งงาน รวมถึงการจ้างตัวแทนภายนอกเข้ามากับำดูแลงานบางส่วนในระยะสั้นแบบชั่วคราวหรือรายวัน เพื่อให้สอดคล้องกับภาระงานที่เกิดขึ้น แต่ยังคงให้ความสำคัญทางด้านการบริการและความปลอดภัยเป็นหลัก นับว่าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ ปริชล วิมลเมือง (2560) พบว่า การพัฒนาธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในการรับรองผู้รับบริการ ในบริบทด้านบุคลากร บริบทด้านระเบียบการ และบริบทด้านการดำเนินงาน มีความเพียงพอต่อการบริการของผู้รับบริการ โดยการ

วางแผนประเมินสถานการณ์ในลักษณะของการจัดการเป็นระบบอิสระ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและเกิดประโยชน์มากที่สุด ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพแก่ของการดำเนินธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของ ศศิมา สุขสว่าง (2564) อธิบายว่า การสร้างนวัตกรรมเป็นการส่งเสริมและช่วยให้องค์กรมุ่งไปสู่ความสำเร็จจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรับกระบวนการสร้างสินค้าและบริการ เพื่อรับมือกับอุปสรรคและความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นของการจัดการด้านการให้บริการในการประกอบการตัดสินใจในการเลือกรับบริการ ตลอดจนการเตรียมพร้อมแก้ไขปัญหาเพื่อป้องกันปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

1.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยอาศัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจบริเวณใกล้เคียงในการตอบสนองการบริการแก่ผู้รับบริการ อาจไม่จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการ แต่จะอยู่ในรูปแบบการประสานงานกับธุรกิจอื่น ๆ เพื่อตอบรับความหลากหลายของความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจ ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์บอกต่อแบบปากต่อปาก และการแสดงความคิดเห็นผ่านการใช้สื่อออนไลน์ในการรักษาผู้รับบริการรายเก่าควบคู่กับสร้างฐานผู้รับบริการรายใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ร่วมสมัย โดยสอดคล้องกับการผลศึกษาของ ชลธิชา อินอุ้นโชติ และคณะ (2560) พบว่า การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งเน้นด้านการรักษาผู้รับบริการรายเก่า ให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวทางธุรกิจโรงแรมให้เกิดประโยชน์เพื่อการสร้างฐานผู้รับบริการรายใหม่และการพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานของธุรกิจโรงแรมให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Hall & Williams (2019) อธิบายว่า การจัดการการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ โดยสามารถใช้ประโยชน์จากธุรกิจอื่นบริเวณใกล้เคียงในการตอบรับการบริการในระยะสั้น ส่งผลให้เกิดช่องทางการบริการที่หลากหลายในการอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้รับบริการ และองค์กรอย่างใกล้ชิด เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการบอกต่อของกลุ่มผู้รับบริการรายเก่าสู่ผู้รับบริการรายใหม่

1.9 ข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

ผลการศึกษาพบว่า สภาพาส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมเป็นหลัก ส่งผลกระทบต่อเงินทุนของดำเนินงานทางธุรกิจ จำเป็นต้องมีการประเมินความเสี่ยงและความคุ้มค่าอย่างรัดกุมในการลงทุนต่อเครื่องมือที่ตอบสนองความต้องการในการปฏิบัติงาน รวมถึงใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการบริการ ยิ่งไปกว่านั้นต้องมีการวางแผนและการปรับตัวที่รวดเร็วของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และวิกฤตการณ์อื่น ๆ ต่อไปในอนาคต โดยสอดคล้องกับการผลึกษาของ อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2564) พบว่า การวางแผนการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการดำรงอยู่ของธุรกิจโรงแรม เนื่องจากผู้ประกอบการได้เล็งเห็นถึงวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น จึงมีการปรับโครงสร้างกระบวนการจัดการและความรับผิดชอบของพนักงานต่อภาระงานที่มีอยู่ ในการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่าย โดยให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเป็นหลัก เพื่อเป็นการลดต้นทุนและการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของ สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555) อธิบายว่า ลักษณะวิธีการจัดการการดำเนินงานของธุรกิจผู้ประกอบการไม่ได้แค่ความหลากหลายของสินค้าและบริการ แต่ให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนด้วยระบบการจัดการที่รัดกุมสร้างสรรค์ของสินค้าและบริการ ให้เกิดประโยชน์และความคุ้มค่าสูงสุด เนื่องจากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การดำเนินธุรกิจต้องคาดการณ์สถานการณ์จากวิกฤตการณ์หรืออาจเป็นอุปสรรคจากสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากความชื่นชอบของผู้ประกอบการ ในการดึงดูดผู้รับบริการที่มีความต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยได้มีการออกแบบห้องพักภายในให้มีความหลากหลายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและรับรองผู้รับบริการ รวมถึงยังให้ความสำคัญในการบริการเสมือนบุคคลครอบครัวเดียวกันควบคู่การกับแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เนื่องจากผู้รับบริการมีความต้องการที่หลากหลายและ

พฤติกรรมการใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลต้องมีการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ และพัฒนารูปแบบโฮสเทลที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวพร้อมกับการบริการอย่างทันถ่วงที สอดคล้องกับการศึกษาของ ทศพร บุญวัชรภักย์, วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ และขวัญฤดี ตันตระกูล (2559) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของธุรกิจโรงแรมเป็นวิธีการออกแบบการบริการและความสามารถของธุรกิจบริการ ในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างประสบการณ์การบริการที่แปลกใหม่ ภายใต้พฤติกรรมของผู้รับบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการ รวมถึงการสร้างสรรค์การบริการระหว่างผู้รับบริการและพนักงานยังสามารถเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ระยะยาวให้แก่ธุรกิจโรงแรม

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของพีรวัส เจนตระกูลโรจน์ (2560) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีแนวทางการสร้างความเอกลักษณ์ผ่านการตกแต่งที่พักโดยใช้วัสดุที่มีความเรียบง่ายจากท้องถิ่นหรือแหล่งเที่ยวท่องของจังหวัดเพื่อมาเป็นสิ่งที่สนับสนุนการออกแบบธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงการนำกิจกรรมทางวัฒนธรรมมาเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้รับบริการและการตัดสินใจในการเข้าพักและใช้บริการ ตลอดจนการตอบสนองความต้องการในการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ของผู้รับบริการ

2.2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับการที่ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมเป็นช่องทางการติดต่อการเข้าพักและการสื่อสาร อาทิ Facebook, Instagram, Line เป็นต้น เป็นการเข้าถึงการบริการและการส่งผ่านข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์และการบริการออกไปสู่ผู้รับบริการรายอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนการบริการจองห้องพักโดยใช้บริการผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ Online Travel Agency อีกหนึ่งช่องทาง เพื่อเพิ่มช่องทางการบริการที่มีความหลากหลายกับผู้รับบริการ เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการรีวิวหรือเรียกว่าการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการบริการของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลก่อนการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจองห้องพักของผู้รับบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และ เกียรติศิริ เจริญวิศาล (2565) ผลการศึกษาพบว่า การเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาระบบออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการเปิดช่องทางการรับรู้และการส่งข้อมูลสู่ผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการ

จำเป็นต้องปรับกระบวนการเพิ่มช่องทางที่หลากหลายที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการยุคใหม่ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รามณรงค์ นิลกำแหง และ กันทิมาลย จินดาประเสริฐ (2565) ผลการศึกษาพบว่า การบริการเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งนี้การอำนวยความสะดวกโดยการนำระบบออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการบริการทำให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจโรงแรมได้อย่างรวดเร็ว โดยสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่พฤติกรรมของผู้รับบริการมีการตอบรับกับระบบออนไลน์มากขึ้น

2.3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับการแสดงออกถึงการบริการที่มีมาตรฐานโดยผ่านการรับรองจากหน่วยงาน อาทิ Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้โดยตรงทางกายภาพ ทำให้การบริการต้องแสดงออกถึงการรับโดยการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งเป็นการส่งมอบการบริการผ่านคุณค่าทางด้ายจิตใจ ดังนั้นสัญลักษณ์หรือการรับรองมาตรฐานการบริการจากหน่วยงานอื่น ๆ เป็นเครื่องหมายยืนยันการบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการของผู้รับบริการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลสู่ผู้รับบริการรายใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Brochado, Rita & Gameiro (2015) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการสามารถเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจของผู้รับบริการต่อการเข้าพัก อีกทั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อธุรกิจบริการอื่น ๆ โดยที่พนักงานต้องแสดงออกถึงใจบริการ และพร้อมให้บริการอยู่เสมอเพื่อการสร้างความรู้สึกถึงคุณภาพการบริการ โดยรวมของผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล และจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการที่สูงขึ้น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Subramanian, Gunasekaran & Gao (2016) ผลการศึกษาพบว่า การขับเคลื่อนความสามารถในการบริการและดำเนินงาน ได้แก่ สินค้าทางกายภาพ คุณลักษณะของพนักงาน และการบริการที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกในการตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการที่เข้าพักให้ความสำคัญของภาพลักษณ์และสถานที่ รวมถึงการบริการที่ตอบสนองความต้องการและส่งเสริมความพึงพอใจของผู้รับบริการ ให้เกิดมาตรการการบริการที่ดีในการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ผ่านรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์

2.4 ด้านการเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับมาตรการการรักษาความปลอดภัยที่อำนวยความสะดวกในการเข้าพัก อาทิ การติดตั้งกล้องวงจรปิด ระบบคีย์การ์ดเฉพาะห้องพัก ตู้ลิฟต์เกอร์ส่วนบุคคล จะช่วยลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก และสามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับบริการขณะดำเนินการเข้าพัก เป็นสิ่งช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล นอกจากนี้ การที่ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีการใช้ระบบออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการเข้าถึงผู้รับบริการ ผ่านการจองห้องพัก และการประชาสัมพันธ์รับรู้ข่าวสาร อาทิ กระบวนการการเข้าพัก การรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ผู้รับบริการสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเตรียมพร้อมได้อย่างทันถ่วงที สอดคล้องกับการศึกษาของ Ban, Choi, Lee & Kim (2019) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมได้มีการใช้ประโยชน์จากผู้รับบริการที่ใช้การเข้าถึงผ่านสื่อสังคมออนไลน์และตัวแทนจัดจำหน่าย Online Travel Agency โดยการนำบทวิจารณ์มาช่วยเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการในการตัดสินใจในการเข้าพัก อีกทั้งการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจโรงแรมได้อย่างสะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจะต้องมีการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนการบริการที่รวดเร็วและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Marcelo, Jenny, Jacqueline & José (2022) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการปฏิบัติการโดยใช้เครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ รวมถึงผู้ประกอบการสามารถติดตามดูแลเรื่องความปลอดภัยให้แก่ผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความมั่นใจต่อการเข้าพักของผู้รับบริการ

2.5 ด้านบริการเสริม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับการอำนวยความสะดวกรับรองผู้รับบริการเนื่องหนีจากการเข้าพัก อาทิ ที่จอดรถโดยสาร ระบบการชำระเงินรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งการติดตามการให้บริการหลังการเข้าพักยังสามารถช่วยสร้างการจดจำให้แก่รับบริการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แก่ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เนื่องจากการบริการที่เหนือความคาดหมายเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลให้เกิดความประทับใจ และการใช้บริการซ้ำจากผู้รับบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ โศภิตา เต็มรัตน์ (2561) ผลการวิจัยพบว่า

ภาพรวมของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ ได้แก่ 1) รูปลักษณ์ทางกายภาพที่สัมผัสได้ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และ 5) การเข้าใจผู้รับบริการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการที่ธุรกิจโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาทิ สระว่ายน้ำ ห้องอบไอน้ำ ห้องคอมพิวเตอร์ ห้องออกกำลังกาย ที่จอดรถ และการบริการที่หลากหลายของช่องทางการชำระเงิน อีกทั้งการบริการที่มีความสม่ำเสมอดูแลเอาใจใส่และการติดตามการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็วจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเป็นผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Margaretha, Wirawan & Wowor (2022) ผลการศึกษาพบว่า การบริการที่เหนือความคาดหวังที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการในตอบสนองความต้องการ โดยการบริการที่แตกต่างออกไปจากเดิมเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการบริการที่หลากหลาย อาทิ การชำระเงิน พื้นที่จอดรถ การบริการส่งสินค้า เป็นต้น ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งยังสร้างความผูกพันที่ตระหว่างผู้รับบริการกับธุรกิจโรงแรม

2.6 ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับการที่ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมีการปรับลดอัตราค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทำให้ผู้รับบริการยังคงมีความกังวลเรื่องของความปลอดภัยและปัญหาทางด้านเงินการ เนื่องจากหลายธุรกิจยังต้องพึ่งพารายได้จากการบริการนักท่องเที่ยวและนักลงทุน จึงทำให้การใช้จ่ายใช้สอยต้องมีการรัดกุมและประหยัด ดังนั้นธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลต้องปรับเปลี่ยนการจัดการและการบริการเพื่อความดำรงอยู่ของธุรกิจต่อไป อีกทั้งยังต้องมีธุรกิจอื่น ๆ ที่สนับสนุน อาทิ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อหาช่องทางการสร้างรายได้และผลกำไรจากการบริการเนื่องหนึ่งจากการขายห้องพัก สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติกร เรืองขำ, ยุวเรศ มาซอรี และกิตติกาญจน์ กาญจนะคุหะ (2564) ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวทางด้านส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์โควิด-19 โดยด้านการส่งเสริมการขายได้ระบุว่าการให้ส่วนลดแก่ผู้รับบริการภายนอกตามเงื่อนไขที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ เป็นการสนับสนุนกิจกรรมทางการขาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างการประชาสัมพันธ์ในการเพิ่มฐานผู้รับบริการรายใหม่ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจและยังสามารถประกอบการดำเนินธุรกิจต่อไปได้

นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับการศึกษาของ สุเมธ กมลศิริวัฒน์ และ บุชรา โปหาทอง (2564) ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจโรงแรมมีการปรับตัวเพื่อสร้างรายได้และดำรงอยู่ในภาวะสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยให้ความสำคัญทางด้านการเปิดให้บริการที่สอดคล้องกับภาระงานที่เกิดขึ้น และการตั้งราคาที่มีอัตราค่าบริการห้องพักที่ลดลง แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวเพื่อลดรายจ่ายและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้ยัง ใช้กลยุทธ์การปรับตัวและหาวิธีสร้างรายได้ในรูปแบบใหม่ด้วยต้นทุนเดิมที่มีอยู่ ตลอดจนคำนึงถึงความปลอดภัยในการให้บริการโดยการเข้าร่วมมาตรฐาน SHA รับรองมาตรฐานความปลอดภัยต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งได้รับการสนับสนุนมาตรฐานจากภาครัฐ ในการสร้างการรับรู้กับผู้รับบริการภายนอก

2.7 ด้านการจัดการภายในองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับมาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย อาทิ การคัดกรองการรับวัคซีนของผู้รับบริการ เพื่อสร้างความไว้วางใจในการเข้าพักแก่ผู้รับบริการ รวมถึงการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล อีกทั้งการปรับลดพนักงานให้เพียงพอต่อภาระงานที่เกิดขึ้นยังช่วยประหยัดด้านต้นทุน ซึ่งพนักงานจำเป็นต้องมีความชำนาญที่หลากหลายต่อการให้บริการที่เพียงพอแก่ผู้รับบริการ ถึงแม้ว่ารูปแบบการบริการมีการเอาใจใส่เรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของผู้รับบริการมากขึ้น ในขณะเดียวกันการบริการก็ยังคงต้องรับและสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สอดคล้องกับการศึกษาของ ฉันทนันท์ สมบูรณ์รัตนโชค และวิสันต์ ลมไธสง (2564) ผลการศึกษาพบว่า ความปลอดภัยทางด้านสุขอนามัยในการเข้าใช้บริการห้องเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจโรงแรมควรมีการใช้มาตรการการรักษาความสะอาด การเว้นระยะห่าง และการสวมหน้ากากอนามัย รวมถึงการหลีกเลี่ยงการสัมผัสที่ไม่จำเป็น เพื่อความปลอดภัยและลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ในระหว่างการใช้บริการแก่ผู้รับบริการและพนักงาน ตลอดจนการสร้างความน่าเชื่อถือการให้บริการให้กับผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ระชนนัท ทวีผล (2565) ผลการศึกษาพบว่า ผลจากวิจัยพบว่า การรักษาต้นทุนของธุรกิจโรงแรม โดยการปรับลดอัตราค่าจ้างพนักงานทำให้การบริการของพนักงานไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวก ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะของพนักงานด้วยวิธีการเพิ่มทักษะใหม่การต่อยอดทักษะเดิมให้เกิดความชำนาญด้านการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องถึงความต้องการ

ของผู้รับบริการ รวมถึงเป็นการเตรียมความพร้อมให้พนักงานมีสมรรถนะที่ดีตามความคาดหวังของ
โรงแรมที่ปรับตัวในยุคหลังโควิด-19

2.8 ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นพ้องกับธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่มีการสร้างฐานผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยการให้ส่วนลดแก่ผู้รับบริการภายนอกสำหรับการเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ร้านอาหาร และคาเฟ่ เป็นการสนับสนุนการใช้บริการจากผู้รับบริการภายนอกให้สามารถเข้าถึงการบริการของส่วนอื่น ๆ นอกเหนือจากการเข้าพัก รวมถึงการบอกต่อแบบปากต่อปาก เพื่อเป็นการเพิ่มฐานผู้รับบริการรายใหม่ อีกทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ธุรกิจเช่ารถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์บริษัทให้เช่า ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น รวมทั้งยังเป็นการขยายความสามารถทางด้านการบริการ เพื่อเป็นตัวเลือกการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ ตลอดจนการกระจายได้รายได้สู่ธุรกิจอื่น ๆ และชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Reis (2018) ผลการวิจัยพบว่า การบริการที่ตอบสนองความต้องการ โดยใช้ประโยชน์จากธุรกิจบริการเครือข่ายร่วมและธุรกิจบริเวณใกล้เคียง เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านการบริการ อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจโรงแรม รวมถึงการกระจายรายได้สู่ธุรกิจบริการอื่น ๆ ตลอดจนการสร้างคุณค่าร่วมให้ระหว่างธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริการร่วม โดยพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับ Dieguez, Ly, Ferreira & Silva (2021) ผลการศึกษพบว่า ประสิทธิภาพการบริการเป็นตอบรับความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการ โดยใช้การบริการร่วมกับธุรกิจบริการอื่น ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการและการใช้เครือข่ายดิจิทัลเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ เพื่อเพิ่มฐานผู้รับบริการรายใหม่ ตลอดจนส่งเสริมทางด้านรายได้และผลกำไรในการดำเนินธุรกิจโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1.1 จากการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการยังคงให้ความสำคัญด้านความสะดวกและความปลอดภัยด้านสุขลักษณะเป็นลำดับแรก ๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ดังนั้นการส่งเสริมคุณลักษณะของห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางให้มีสุขอนามัยที่ดี สามารถเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถการบริการ และการดำเนินธุรกิจในการตอบสนองความ

ต้องการของผู้รับบริการในวิถีปกติใหม่ เพื่อสร้างฐานผู้รับบริการและการคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลต่อไปได้ในอนาคต

1.2 จากการวิจัยพบว่า ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นที่พักขนาดเล็ก ซึ่งมีอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก แต่ผู้รับบริการมีความคาดหวังถึงการบริการที่จะได้รับความสบายระหว่างการเข้าพักด้วยบริการอื่น ๆ เช่น สุขภาพ นันทนาการ รายการอาหาร เป็นต้น ดังนั้นการให้ความสำคัญด้านเครือข่ายทางธุรกิจซึ่งเป็นหนึ่งในคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ช่วยลดข้อจำกัดของทรัพยากรในการให้บริการของโฮสเทลโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการประเภทอื่น ๆ ในชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อธุรกิจบริการที่พักประเภทเดียวกัน

1.3 จากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทที่ตัดสินใจเข้าพักเป็นลำดับมากที่สุด ดังนั้นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรศึกษาพฤติกรรมความต้องการเฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบสนองความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

1.4 จากการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านบริการเสริมของการจัดการกระบวนการติดตามหรือสอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการเข้าพักสิ้นสุดลงจัดอยู่ในลำดับที่น้อยที่สุด ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการเพิ่มการบริการหลังการเข้าพักสามารถสนับสนุนภาพลักษณ์ที่เอาใจใส่ด้านความสัมพันธ์ของผู้รับบริการรายเก่า และก่อให้เกิดรูปแบบการบริการที่สามารถแก้ไขปัญหาครั้งก่อนของผู้รับบริการที่เคยเดินทางมาเข้าพัก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

2.1 จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการการศึกษาการแสดงความคิดเห็นของคุณลักษณะนวัตกรรมทั้ง 8 ด้าน รวมถึงข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยการเก็บข้อมูลที่จำกัดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะชาวไทยเท่านั้น ซึ่งไม่ครอบคลุมสำหรับความคิดเห็นของชาวต่างประเทศ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาในกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศของการแสดงความคิดเห็นและมุมมองอื่น ๆ ของการใช้บริการ เพื่อพัฒนาการบริการและการจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการจากต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา รัสเซีย เป็นต้น

2.2 จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการการศึกษาคุณลักษณะนวัตกรรมทั้ง 8 ด้าน รวมถึงข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่พักขนาดเล็กเท่านั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในเครือต่างประเทศที่เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย อาทิ แอคคอร์ (Accor) แมริออท (Marriott) ไฮแอท (Hyatt) เพื่อนำข้อมูลมาส่งเสริมทางด้านการจัดการ และการบริการที่มีคุณภาพในการสนับสนุนการบริการของธุรกิจโรงแรมประเภทอื่น ๆ ในอนาคต



รายการอ้างอิง

- Akova, B., Ulusoy, G., Payzin, E., & Kaylan, A. R. (1998). New product development capabilities of the Turkish electronics industry. *In: Proceedings of the Fifth International Product Development Management Conference, Como, Italy* 863–876.
- Ana, B., Paulo, R., & Carlos, G. (2015). Exploring backpackers' perceptions of the hostel service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(8), 1839-1855.
- Awan, U., Nauman, S., & Sroufe, R. (2021). Exploring the effect of buyer engagement on green product innovation: Empirical evidence from manufacturers. *Business Strategy and the Environment*, 30(31), 463-477.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(11), 99-120.
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1998). *Change management & management*. New York: Englewood Prentice-Hall.
- Chatzoglou, D. P., & Chatzoudes, D. (2018). The role of innovation in building competitive advantages: an empirical investigation. *European Journal of Innovation Management*, 21(21), 44-69
- Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating Open Innovation: Clarifying an Emerging Paradigm for Understanding Innovation *New Frontiers in Open Innovation*. Oxford University Press, Oxford, 3–28.
- Dalf, R. (2006). *The New Era of Management: International Edition*. Ohio: Thompson.
- Den Hertog, P., & Bilderbeek, R. (1999). Conceptualising Service Innovation and Service Innovation Patterns. *Provision on Innovation and Services*, 1(1), 5.
- Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open innovation through customer satisfaction: A logit model to explain customer recommendations in the hotel sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 180.
- Dieguez, T., Ly, N. T., Ferreira, L. P., & Silva, F. J. G. D. (2021). Digital customer network strategy influences on Hotel Business. *In International Conference Innovation in*

- Engineering*(Springer, Cham), 420-431.
- Donnelly, J. H., Gibson, J. L., & Ivancevich, J. M. (1998). *Fundamentals of Management*. (19th ed). U.S.A.: McGraw-Hill.
- Drucker, P. F. (1985). The Discipline of Innovation
Harvard Business Review, 68, (64). 67-72.
- Dung, L., & Giang, P. (2021). Strategic responses of the hotel sector to COVID-19: Toward a refined pandemic crisis management framework. *International Journal of Hospitality Management*, 10, 102808.
- Elena A. al. (2016). Innovations in Hospitality Industry. *International Journal of Environmental & Science Education*, 17, 10387-10400.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. London: Sir Isaac Pitman & Sons.
- Fuller, T. (2004). *Corporate ethical futures responsibility for the shadow on the future of today's ethical corporations*. New York: John Wiley & Sons.
- Gallouj, F., & Weinstein, O. (1997). Innovation in services. *Research Policy*, 26, 537-556.
- Gelbman, A. (2021). Tourist Experience and Innovative Hospitality Management in Different Cities. *Sustainability*. 13(12), 6578.
- Giesen, E., Riddleberger, E., Christner, R., & Bell, R. (2010). When and how to innovate your business model. *Strategy Leaders*. 38, 17–26.
- Gulick, H. L., & Urwick, F. L. (1937). *Paper on the Science of Administration*. Institute of Public Administration, Columbia University, New York.
- Hall, M. C., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and Innovation*. London UK: Routledge.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning with in Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10, no. 16, pp. 340-346.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465-474.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tour. Manag*, 31, 31–12.
- Hosseini, A., Soltani, S., & Mehdizadeh, M. (2018). Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy (Case Study: Toos Nirro Technical Firm). *Journal Open Innovation Technology Market and Complexity*, 17(14).

- Hyun-Jeong, B., Hayeon, C., Eun-Kyong, C., Sanghyeop, L., & Hak-Seon K. (2019). Investigating Key Attributes in Experience and Satisfaction of Hotel Customer Using Online Review Data. *sustainability*, 21(19), 1-13.
- Jessica Vieira de Souza Meira, Sara Joana Gadotti Dos Anjos, & Christian Daniel Falaster. (2018). Innovation and performance in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(21), 21-21.
- Kanungo, R. N. (1999). *Entrepreneurship and Innovation: Models for Development*. London: Sage Publications.
- Kash, E. (1989). *Perpetual Innovation: The New World of Competition*. New York: Basic Books.
- Konovalova, & Jatuliaviciene. (2015). Innovation Development Perspectives Prespectives In A Hotel Industry By Example Of Radisson Hotel Chain In Ukraine. *Regional Formation and Development Studies*, 1(15), 2029-9370.
- Kristensson, P., Witell, L., & Gustafsson, A. (2012). Customer co-creation in service innovation: A matter of communication? *Journal of Service Management*, 23(23), 311-327.
- Kuzmanović, M., & Vukić, M. (2021). *Incorporating heterogeneity of travelers' preferences into the overall hostel performance rating*. (Faculty of Organizational Sciences), University of Belgrade,
- Langley, D., Pals, N., & Ortt, R. (2005). Adoption of behavior: predicting success for major innovations. *European Journal of Innovation Management*, 1, 56-78.
- Lee, Y., & Chen, J. (2009). A new service development integrated model. *The Service Industries Journal*, 29(12), 1669-1686.
- Lemon, M., & Sahota, P. S. (2003). Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity. *Journals of Technovation*, 24, 483-498.
- Lippman, S. A., & Rumelt, R. P. (1982). Uncertain imitability: An analysis of interfirm differences in efficiency under competition. *The Bell Journal of Economics*, 418-438.
- Marcelo, J., M., S., , Jenny. M., G., S.,, Jacqueline d., P., Hu., Y., & José B., H., H.,. (2022). Digital Marketing: the link for hostel arrival in times of pandemic for improving Internet user satisfaction *Journal of Positive School Psychology* 2022, 6(5),

1531–1541.

- Margaretha, F., Wirawan, S. E., & Wowor, W. (2022). The Influence of Service Quality Toward Customer Loyalty at Five-star Hotel in Bali. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(2), 175-186.
- Martin-Rios, C., & Ciobanul, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. *journal homepage Tourism Management*, 70 (2019), 2218–2229.
- Michel, S., Brown, S. W., & Gallan, A. S. (2007). An expanded and strategic view of discontinuous innovations: deploying a service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(31), 54-66.
- Mishra, A. N. (1994). *Students and Hostel Life*. New Delhi: Mittal publications.
- Morton, J. A. (1971). *Organizing for Innovation: A System Approach to Technical Management*. New York: McGraw-Hill.
- Moscardo, G. (2008). Sustainable tourism innovation: Challenging basic assumptions. *Tourisms Hospitality*, 8, 4–13.
- Nybakk, E., Crespell, P., Hanson, E., & Lunnan, A. (2009). Antecedents to forest owner innovativeness: An investigation of the Non-timber Forest products and services sector. *Forest Ecology and Management*, 257(252), 608-609.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68, 73-93.
- Porter, M. E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Potter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations: with a new Introduction*. New York: The Free Press.
- Reis, M. L. S. P. (2018). How to manage business networks to implement an internationalization strategy in the tourism sector: a case study on Martinhal Family Hotels and Resorts. *Diss.*
- Robbins, S. P. (1996). *Organization Behavior: Concepts, Controversies and Applications*. Englewood Cliffs: NJ: Prentice-Hall.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovation. (4th Edition)*. New York: The New Press.
- Rue, L. W., & Byars, L. L. (2002). *Human resource management*. Irwin: McGraw Hill.

- Santos-Vijande, M. L., López-Sánchez, J. Á., Pascual-Fernández, P., & Rudd, J. M. (2021). Service innovation management in a modern economy: Insights on the interplay between firms' innovative culture and project-level success factors. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120562.
- Shu, C., Zhou, K. Z., Xiao, Y., & Gao, S. (2014). How Green Management Influences Product Innovation in China: The Role of Institutional Benefits. *Journal of Business Ethics*, 133(133), 471-485.
- Stoffers, J., Eringa, K., Niks, J., & Kleefstra, A. (2021). Workplace Innovation and Organizational Performance in the Hospitality Industry. *Journal Sustainability*, 13(2021), 5847.
- Subramanian, N., Gunasekaran, A., & Gao, Y. (2016). Innovative service satisfaction and customer promotion behavior in the Chinese budget hotel: an empirical study. *Journal Production Economics*, 171, 201-210.
- Taylor, F. W. (2002). *The Principles of Scientific Management*. New York: Harper.
- Wood, & Haber. (2002). การวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา. Retrieved from http://digital_collect.lib.buu.ac.th
- Zhao, F. (2001). Managing innovation and quality of collaborative R&D. In *Proceedings of 5th International & 8th National Research Conference*, (1-13).
- Ziyae, B., Sadeghi, H., & Golmohammadi, M. (2021). Service innovation in the hotel industry: the dynamic capabilities view. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. 1(1), 10, 23, 41-43.
- กิตติกร เรืองขำ, ยุวเรศ มาซอริ และ กิตติกาญจน์ กาญจนะคูหะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(2), 748-760.
- จารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์. (2558). เรียนรู้กลยุทธ์เทคโนโลยีจากกรณีศึกษา-แนวคิดและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลธิชา อินอุ่นโชติ, จินดารัตน์ ปิรมณี, & คมกริช วงศ์แซ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จธุรกิจของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและ

- การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 9(4), 96-97.
- ชลธิชา อินอุ่นโชติ และคณะ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จ
ธุรกิจของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ.
- ชัยกร ปุตรระเศรณี. (2550). กลยุทธ์การจัดการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมให้ประสบความสำเร็จอย่าง
ยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โชติ บดีรัฐ. (2558). เทคนิคการบริหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2526). เทคโนโลยีการศึกษา: หลักการและแผนปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
วัฒนาพานิช.
- ณัฐชัยกร ภัทราศิริธนสร. (2562). การดัดแปลงอาคารประเภทตึกแถวเก่าตามข้อกำหนดเพื่อใช้
ประโยชน์เป็นโฮสเทล กรณีศึกษา โฮสเทลในเขตบางรัก วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุดรธานี, 7(2), 61-75.
- ณัฐวุฒิ เหมะประมาณ และ เกียรติกร เจริญวิศาล. (2565). การประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับ
อุตสาหกรรมโรงแรมยุคดิจิทัล. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์, ปีที่ 8 (ฉบับที่ 1), 251-266.
- ดารณี ออาจหาญ และ สันติธร ภูริภักดี. (2564). กลยุทธ์การตอบสนองภาวะวิกฤตของธุรกิจโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานครภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19. วารสารการบัญชีและการ
จัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 13 (ฉบับที่ 4), 82-97.
- ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และ ชงศ์สุดา ไต่ท่าโรง. (2563). นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าใน
ธุรกิจโรงแรม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ ปีที่ 8, 62-75.
- ดุขฎิ เทียมเทศ, บุญมา สูงทรง, ฉัตรชัย อินทสังข์, สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์ และ ปฎิมา ถนิมกาญจน์. (2564).
อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถ
ทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และผลการดำเนินงานทางการตลาด. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยา
การจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 8(1), 1-14.
- ตุลา มหาพสุชานนท์. (2554). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: พี เอ็น เค แอนด์ สกาย พรินต์ติ้ง.
- ทศพร บุญวัชรารักษ์, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และ ขวัญฤดี ตันตระกูล. (2559). ความคิดสร้างสรรค์
ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn
University* สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ ฉบับภาษาไทย, 9, 1906-3431.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2538). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธันยรัตน์ สมบูรณ์รัตนโชค และ วิสันต์ ภูมิไธสง. (2564). วิถีแบบ NEW NORMAL กับกลยุทธ์ด้านความ
รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 17(3), 191 -

203.

นพดล เหลืองภิรมย์. (2557). การจัดการนวัตกรรมการ. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมล.

ปฐมพร ศรีมณี. (2561). นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม.

ปรารธนา หลีกภัย. (2556). ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ, ฉบับที่ 1.

ปรีชล วิมลเมือง. (2560). แนวทางการพัฒนาโฮสเทล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Solo Travel ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะการจัดการการท่องเที่ยว, การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ.

ปรีชา แดงโรจน์. (2537). การโรงแรม *HOTEL MANAGEMENT AND OPERATIONS*. กรุงเทพมหานคร: ธงชัยการพิมพ์.

พัชลีรี ชมภูคำ. (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล.

พีรวัส เจนตระกูลโรจน์. (2560). แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี : กรณีศึกษาโฮสเทลพาสู. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ระชานนท์ ทวีผล. (2565). การจัดการช่องว่างคุณภาพบริการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมบรรษัทข้ามชาติในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ท่ามกลางภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ระลอก 3. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, ปีที่ 17 (ฉบับที่ 59), 52-63.

ระชานนท์ ทวีผล. (2563). การดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาล กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(21), 21-21.

รัชมงคล ทองหล่อ, จรัสชัย บุญเพิ่ม, ธนัท วัฒนวานิชย์กุล, แพรวเนตร อู่วงษ์, อรรญา มุลคา และ อารัตน์ อังสุมาลิน. (2564). วาทกรรมคุณภาพการให้บริการที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มตัวแทนให้บริการจองที่พักแบบ โฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร: บริบทการสื่อสารแบบปากต่อปากบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, ปีที่ 11 (ฉบับที่ 2), 132-142.

รามณรงค์ นิลกำแหง และ กันทิมาลย จินดาประเสริฐ. (2565). แนวทางการบริการวิถีความปกติใหม่ (New Normal) ของห้องอาหารโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมการท่องเที่ยว, ปีที่ 8 (ฉบับที่ 5), 375-388.

- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์, ศิริรินทร์ ภูจินดา, อาทิตา ชูตระกูล, นันทน์ภัส จินานุรักษ์, พิมพ์ชนก พ่วงกระแสน์ และ วรพจน์ นิลจุ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- วสุธิดา นักเกษม, & ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 1906-3431.
- วัชรพงศ์ รติสุขพิมล. (2562). การวิเคราะห์ธุรกิจโฮสเทลในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร: โครงสร้างตลาดและการแข่งขัน. วารสารสุขุทัยธรรมาธิราช, ฉบับที่ 1.
- วัฒนา ทนงค์แดง และ ขวลิษฐ์ ณ ถลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่จังหวัดตราด 1. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(13), 18-19.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2551). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ธนัธการพิมพ์.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2549). หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: เอิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2564). การพัฒนานวัตกรรมในองค์กร Innovation in Organization. Retrieved from <https://www.sasimasuk.com/16828700/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%A3-innovation-in-organization>
- ศศิวิไล โสภณวิมลสวัสดิ์. (2558). แผนธุรกิจโฮสเทล Wanderlust Hostel อำเภอเมือง จังหวัดแพร่. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ, การจัดการมหาบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ *Management and Organizational Behavior*. กรุงเทพมหานคร: วีระพิมพ์และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักขิตานนท์, อองอาจ ปทะวานิช, & จิระวัฒน์ อนุชานนท์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสารจำกัด.
- ไศภิชฐา เต็มรัตน์. (2561). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- สมคิด บางโม. (2537). การบริหารองค์กรสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2559). สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมด้วยกลยุทธ์ Blue Ocean. วารสาร

มหาวิทยาลัยศิลปากร, ฉบับภาษาไทย, 1-23.

สมยศ นาวิการ. (2549). การบริหารและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: ผู้จัดการ.

สยามรัฐออนไลน์. (24 กุมภาพันธ์ 2563). ประจวบฯ ชูหัวหินไปเมืองแห่งความสุข ขานรับนโยบาย
รัฐบาลฟื้นฟูการท่องเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจหลังโควิด-19 คลี่คลาย. Retrieved from
<https://siamrath.co.th/n/188746>

สรวิศ ปันรัตนานนท์. (2555). ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อ
ความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2547). การจัดการวัฒนธรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
วัฒนธรรมแห่งชาติ.

สิริทิพย์ ฉลอง. (2563). ธุรกิจโรงแรม. วิเคราะห์เศรษฐกิจภาคบริการ ส่วนเศรษฐกิจรายสาขาศูนย์วิจัย
ธนาคารออมสิน. 1(1), 1-6.

สุทธิกร กิ่งแก้ว. (2563). 8 นวัตกรรมตอบโจทย์ธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษร
สัมพันธ์.

สุเมธ กมลศิริวัฒน์ และ บุษรา โพพาทอง. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับ
มาตรฐาน SHA ต่อผลกระทบ COVID-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2563. สารศาสตร์, ฉบับ
ที่ 3, 650.

สุภางค์ จันทวานิช. (2557). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 22). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โสธยา สุภาพล, ธนภัทร ขาววิเศษ, ลัดดาวัลย์ สำราญ, ชุติมา กลั่นไพฑูรย์, & วลัยดิ ตัวงทรัพย์. (2564).
ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
โรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 278-291.

อรพรรณ มาตช่วง. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทุนมนุษย์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2564). ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรม
ขนาดเล็ก ในจังหวัดลาปาง. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมกล้านนา, ปีที่ 9
(ฉบับที่ 2), 39-52.

เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์. (22 กุมภาพันธ์ 2563). รู้จักโฮสเทล ที่พักคู่ใจของเหล่าแบ็คแพ็คเกอร์.
Retrieved from <https://dsignsomething.com>









ที่ อว 8606(พบ)/ 600

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

14 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน เจ้าของธุรกิจเจมนี่ โฮสเทล หัวหิน

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และฮอเทล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับประเด็นคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม เพื่อประกอบการ
ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 50

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

28 มกราคม 2565

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ เดอะ มูน โฮสเทล หัวหิน

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 599

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

14 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน เจ้าของธุรกิจหัวหิน ไนท์ มาร์เก็ต โฮสเทล

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับประเด็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรม เพื่อประกอบการ
ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจุ้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ ฮว 8606(ทบ)/ 604

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

14 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการเจ็ดดี หัวหิน โฮสเทล

ด้วย นายศรายุทธ มณีนรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับประเด็นคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรม เพื่อประกอบการ
ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีนรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 253

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

21 เมษายน 2565

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ เดอะ โบ้ค ลอฟต์ แฟมิลลี่ โฮสเทล

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 253

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

21 เมษายน 2565

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ เดอะ ไบค์ ลอฟต์ แฟมิลี่ โฮสเทล

ด้วย นายศรายุทธ มณีนรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีนรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 268

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ โรล เฮาส์ โฮสเทล หัวหิน

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 269

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการ โรงแรม หอพัก โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่

ด้วย นายศรายุทธ มณีนรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโฮเทล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีนรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606(พบ)/ 603

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

14 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้จัดการคอสตาร์เบตหัวหิน

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์
เรื่อง "คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"
มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับประเด็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรม เพื่อประกอบการ
ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายศรายุทธ มณีรัตน์ หมายเลข
โทรศัพท์ 081 194 1655 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107





ที่ อว 8606 (พบ) / 270

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๑๑ พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.นุชนนทร กาฬสมุทร

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ्यू)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 271

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติรัตน์ พิมพากรณ์

ด้วย นายศรายุทธ มณีนรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโทหาบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
การวิทยานิพนธ์ เรื่อง "คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจуй)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 272

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

11 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนรัตน์ สุขเกษม

ด้วย นายศรายุทธ มณีรัตน์ รหัสประจำตัว 631220037 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตสาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิกิมาสะ นาカジมา)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107





แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 3 ข้อ ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก (2) ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมแต่ละด้านอย่างไร และ (3) ท่านพบข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลของท่านอย่างไร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 2 หน้า

ข้อที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. ประสบการณ์ทำงาน ☐ 5 – 7 ปี ☐ 8 – 10 ปี ☐ 10 ปีขึ้นไป
3. สถานที่.....
4. ตำแหน่งงาน.....
5. จำนวนห้องพัก.....ห้อง
6. ประเภทห้องพัก.....
7. สัมภาษณ์วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ข้อที่ 2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมแต่ละด้านอย่างไร

2.1 ด้านที่ 1 คุณสมบัติของสินค้าและบริการ การออกแบบรูปลักษณ์ของสินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลเป็นอย่างไร

2.2 ด้านที่ 2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ การนำเสนอการบริการและความหลากหลายของสินค้าในธุรกิจ
โรงแรมประเภทโฮสเทล กับกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่เป็นอย่างไร

2.3 ด้านที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล
และการวางแผนการตลาดที่จะให้ผู้รับบริการได้เกิดการจดจำหรือรับรู้อย่างแพร่หลายเป็นอย่างไร

2.4 ด้านที่ 4 การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจ
โรงแรมประเภทโฮสเทลให้มีความครอบคลุมทั้งระบบออนไลน์ ท่าเลที่ตั้ง และความปลอดภัย พร้อมทั้งมีการเพิ่ม
ช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับบริการอย่างไร

2.5 ด้านที่ 5 บริการเสริม การติดตามดูแล หรือแก้ปัญหาการบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นในลักษณะแบบใด

2.6 ด้านที่ 6 รูปแบบของรายได้และกำไร การแสวงหารายได้จากช่องทางอื่นภายใต้ธุรกิจโรงแรมประเภท
โฮสเทล เป็นในลักษณะแบบใด

2.7 ด้านที่ 7 การจัดการภายในองค์กร การประเมินปัญหาธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลที่กำลังเผชิญอยู่และ
การจัดกระบวนการหรือปรับระบบงานเป็นในลักษณะอย่างไร

2.8 ด้านที่ 8 พันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ การระดมความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนกระบวนการ
ให้บริการในเครือข่ายธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล อย่างไร

ข้อที่ 3 ท่านพบข้อจำกัดและอุปสรรคของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลของท่านอย่างไร





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับ ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง โดยแบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ LGBTQ ☐ ไม่ระบุ
2. อายุ ☐ น้อยกว่า 20 ปี ☐ 20-37 ปี ☐ 38-52 ปี ☐ 53 ปีขึ้นไป
3. สถานะ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง / หม้าย
4. ศาสนา ☐ พุทธ ☐ คริสต์ ☐ อิสลาม
☐ ไม่นับถือศาสนา ☐ อื่นๆ

5. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ระดับปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
6. ภูมิลำเนา ☐ ภาคกลาง ☐ ภาคใต้ ☐ ภาคเหนือ
☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันตก
☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
7. อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ พนักงานบริษัท ☐ เจ้าของธุรกิจ
☐ รับจ้างอิสระ ☐ เกษตรกร
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 10,001 – 20,000 บาท
☐ 20,001 – 30,000 บาท ☐ 30,001 – 40,000 บาท
☐ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. วัตถุประสงค์การเข้าพัก ☐ เพื่อการพักผ่อน ☐ เพื่อธุรกิจ
☐ เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. จำนวนวันเข้าพัก ☐ ไม่เกิน 24 ชั่วโมง ☐ 1 - 2 วัน ☐ 3 - 6 วัน
☐ 1 สัปดาห์ ☐ มากกว่า 1 สัปดาห์
3. บุคคลที่ร่วมเดินทาง ☐ คนเดียว ☐ คู่รัก ☐ ครอบครัว
☐ กลุ่มเพื่อน ☐ กลุ่มบริษัททัวร์
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. การเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์

- ☐ ตามคำบอกเล่า ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว,ป้ายประกาศ แผ่นพับ เป็นต้น
☐ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 เป็นต้น
☐ เว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka ฯลฯ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. วิธีการสำรองห้องพัก ☐ Walk – in ☐ เว็บไซต์โรงแรม

- ☐ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก อินstagram เป็นต้น
☐ เว็บไซต์คนกลางออนไลน์ เช่น Agoda Booking.com Traveloka
☐ บริษัทจัดนำเที่ยว
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ประเภทของห้องพัก ☐ ห้องส่วนตัว ☐ ห้องพักรู้อยู่

- ☐ ห้องพักรู้อยู่ส่วนตัว 3 เตียง ☐ ห้องพักรู้อยู่ส่วนตัว 4 เตียง
☐ ห้องพักรวม

7. อัตราค่าบริการ ☐ 300 – 500 ☐ 600 – 1,000
☐ 1,100 – 1,500 ☐ 1,600 – 2,000

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. ด้านคุณสมบัติของสินค้าและบริการ					
1.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ความน่าสนใจ					
1.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีห้องพักหลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการของผู้รับบริการ					
1.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างจากที่พักอื่น เช่น จุดถ่ายภาพ สวนหย่อม คาเฟ่ เป็นต้น					
2 ด้านระบบนิเวศทางธุรกิจ					
2.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีระบบการจองผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ อาทิ Booking หรือ Agoda เป็นการสร้างฐานผู้รับบริการ และมีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน					
2.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นช่องทางการติดต่อเข้าพักของผู้บริการ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น					

ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะ ของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภท โฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
2.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการบอกแบบปากต่อปากระหว่างผู้รับบริการส่งผลต่อการสร้างกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ในอนาคต					
3 ด้านการสร้างภาพลักษณ์					
3.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงตราสัญลักษณ์หรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น					
3.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการบริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิดจนเกิดความประทับใจ					
3.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่					
4 การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย					
4.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการคัดกรองผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก					
4.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม อาทิ การติดตั้งกล้องวงจรปิด ระบบสียกการ์ดเฉพาะห้องพัก ตู้ล็อกเกอร์ส่วนบุคคล					
4.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงแผนผังทางหนีไฟ การติดตั้งถังดับเพลิง และเส้นทางสำหรับอพยพเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ					

ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะ ของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภท โฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
รวมถึงระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย					
5. ด้านบริการเสริม					
5.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการให้ความ ช่วยเหลือผู้รับบริการในกรณีที่เกิดปัญหา เร่งด่วน สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
5.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการติดตาม หรือสอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการ เข้าพักสิ้นสุดลง					
5.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกรับรองผู้รับบริการ อาทิ ที่จอดรถ โดยสาร ระบบการชำระเงินรูปแบบต่าง ๆ ที่ สอดคล้องกับยุคสมัย					
6. ด้านรูปแบบของรายได้และกำไร					
6.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการปรับลดอัตรา ค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง สถานการณ์โควิด-19					
6.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลจำเป็นต้องมีบริการ อาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ					
6.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลสามารถขยายกิจการใน ต่างพื้นที่ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความใกล้ชิดต่อ ตราสินค้ามีตัวเลือกในการเข้าพักที่มากขึ้น					
7. ด้านการจัดการภายในองค์กร					
7.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีจำนวนพนักงาน ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพียงพอต่อการ ให้บริการ					

ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับคุณลักษณะ ของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภท โฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
7.2 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการดูแลความ สะอาดและสุขอนามัย เพื่อสร้างความ ไว้วางใจในการเข้าพัก อาทิ การคัดกรองการ รับวัคซีนของผู้รับบริการ					
7.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการรักษา สิ่งแวดล้อมและการจัดการมลพิษที่มี ประสิทธิภาพ					
8. ด้านพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ					
8.1 ท่านคิดว่าโฮสเทลต้องอาศัยพันธมิตรทาง ธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นเพื่อดำรงธุรกิจได้อย่าง มั่นคง					
8.2 ท่าน คิดว่าโฮสเทลมีการสร้าง ความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นในพื้นที่ เช่น ธุรกิจ เช่ารถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ บริษัทจัดนำเที่ยว ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น เพื่อเป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวก สะดวกแก่ผู้รับบริการ					
8.3 ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการสร้างฐาน ผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยการให้ส่วนลดแก่ ผู้รับบริการภายนอกในการเข้าใช้บริการสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร และคา เฟ่					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก จ

แบบประเมินการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามวิทยานิพนธ์



**แบบประเมินการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามวิทยานิพนธ์
เรื่อง คุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

ระดับความคิดเห็น หมายถึง

+1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดจุดประสงค์

0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดจุดประสงค์

-1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามไม่วัดจุดประสงค์

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสิ่งแปลกใหม่จากวิธีการคิดหรือมุมมองที่แตกต่างที่จะช่วยสร้างจุดเด่นที่ท้าทายที่ท้าทายในการช่วยให้ธุรกิจเกิดความสะดวกสบายและลดระยะเวลาการทำงาน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ตัดสินใจเข้ามาพักในโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 8 คุณลักษณะได้แก่ (1) คุณสมบัติของสินค้าและบริการ (2) ระบบนิเวศทางธุรกิจ (3) การสร้างภาพลักษณ์ (4) การเข้าถึงผู้รับบริการและความปลอดภัย (5) บริการเสริม (6) รูปแบบของรายได้และกำไร (7) การจัดการภายในองค์กร และ (8) พันธมิตรและเครือข่าย

ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) หมายถึง ธุรกิจโรงแรมประเภทหนึ่งที่เป็นธุรกิจที่พักขนาดเล็กในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจุดเด่นด้านราคาการบริการที่ไม่สูงมากนักจึงเหมาะสำหรับผู้บริการที่เป็นกลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์หรือกลุ่มนักเดินทางแบบตัวคนเดียว ซึ่งจะเป็นการพักอาศัยโดยการแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องครัว ห้องน้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังให้บริการยังได้แลกเปลี่ยนสื่อสารประสบการณ์ใหม่กับผู้อื่นอีกด้วย

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1. ด้านคุณสมบัติของ สินค้าและบริการ	1.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการออกแบบด้วยเอกลักษณ์ที่ความน่าสนใจ				
	1.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีห้องพักหลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการ ผู้รับบริการ				
	1.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างจากที่พักอื่น เช่น จุดถ่ายภาพ สวนหย่อม ดาดฟ้า เป็นต้น				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
2. ด้านระบบนิเวศ ทางธุรกิจ	2.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีระบบการจองผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ อาทิ Booking หรือ Agoda เป็นการสร้างฐานผู้รับบริการ และมีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน				
	2.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นส่วนช่องทางการตลาดต่อเข้าพักของผู้บริการ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น				
	2.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลได้มีการออกแบบปากต่อปากระหว่างผู้ให้บริการส่งผลการสร้างกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ในอนาคต				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
3. ด้านการสร้าง ภาพลักษณ์	3.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงตราสัญลักษณ์หรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับ การรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น Agoda, TripAdvisor, Booking เป็นต้น				
	3.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างใกล้ชิดจนเกิด ความประทับใจ				
	3.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ในพื้นที่				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
4. การเข้าถึง ผู้รับบริการและความ ปลอดภัย	4.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการคัดกรองผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และ ลดปัญหาอาชญากรรมภายในที่พัก				
	4.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม อาทิ การติดตั้ง กล้องวงจรปิด ระบบลิ้งค์การแจ้งเตือน หอพัก ตู้ล็อกเกอร์ส่วนบุคคล				
	4.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการแสดงแผนผังทางหนีไฟ การติดตั้งถังดับเพลิง และ เส้นทางสำหรับอพยพเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ รวมถึงระบบสัญญาณเตือน อัคคีภัย				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
5. ด้านบริการเสริม	5.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีบริการให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในกรณีที่เกิดปัญหา เร่งด่วน สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง				
	5.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการติดตามหรือสอบถามความคิดเห็นหลัง กระบวนการเข้าพักที่ลดลง				
	5.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้บริการ อาทิ ที่จอดรถ โดยสาร ระบบการชำระเงินรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุคสมัย				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อความ: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
6. ด้านรูปแบบของ รายได้และกำไร	6.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการปรับลดอัตราค่าบริการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในช่วงสถานการณ์โควิด-19				
	6.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลจำเป็นต้องมีบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้รับบริการ				
	6.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลสามารถขยายกิจการในพื้นที่ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความ รักติดต่อดราสินค้าและมีตัวเลือกในการเข้าพักที่มากขึ้น				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อความ: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
7. ด้านการจัดการ ภายในองค์กร	7.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีจำนวนพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพียงพอต่อการให้บริการ				
	7.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีมาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย เพื่อสร้างความ ไว้วางใจในการเข้าพัก อาทิ การคัดกรองการรับวัคซีนของผู้รับบริการ				
	7.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีกระบวนการรักษาสิ่งแวดล้อมและการจัดการมลพิษที่มี ประสิทธิภาพ				

คุณลักษณะของ นวัตกรรมในธุรกิจ โรงแรมประเภท โฮสเทล	ข้อที่	ข้อคำถาม: ท่านเห็นด้วยหรือไม่เกี่ยวกับระดับคุณลักษณะของนวัตกรรมใน ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ระดับความคิดเห็น			
			+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
8. ด้านพันธมิตรและ เครือข่ายธุรกิจ	8.1	ท่านคิดว่าโฮสเทลต้องอาศัยพันธมิตรทางธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐและ เอกชน ตลอดจนชุมชนท้องถิ่นเพื่อดำรงธุรกิจได้อย่างมั่นคง				
	8.2	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจในพื้นที่ เช่น ธุรกิจเช่า รถยนต์ส่วนบุคคลและจักรยานยนต์ บริษัทจัดหาเที่ยว ร้านซักรีด ธุรกิจที่พัก เป็นต้น เพื่อเป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ				
	8.3	ท่านคิดว่าโฮสเทลมีการสร้างฐานผู้รับบริการในธุรกิจอื่น โดยทำให้ส่วนลดแก่ ผู้รับบริการภายนอกในการเข้าใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร และคาเฟ่				



ภาพที่ 1 เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel)



ภาพที่ 2 เดอะ ไบค์ ลอฟท์ แฟมิลี โฮสเทล (The Bike Loft Family Hostel)



ภาพที่ 3 หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel)



ภาพที่ 4 เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin)



ภาพที่ 5 โรล เฮ้าส์ โฮสเทล หัวหิน (Row Hou8e Hostel)



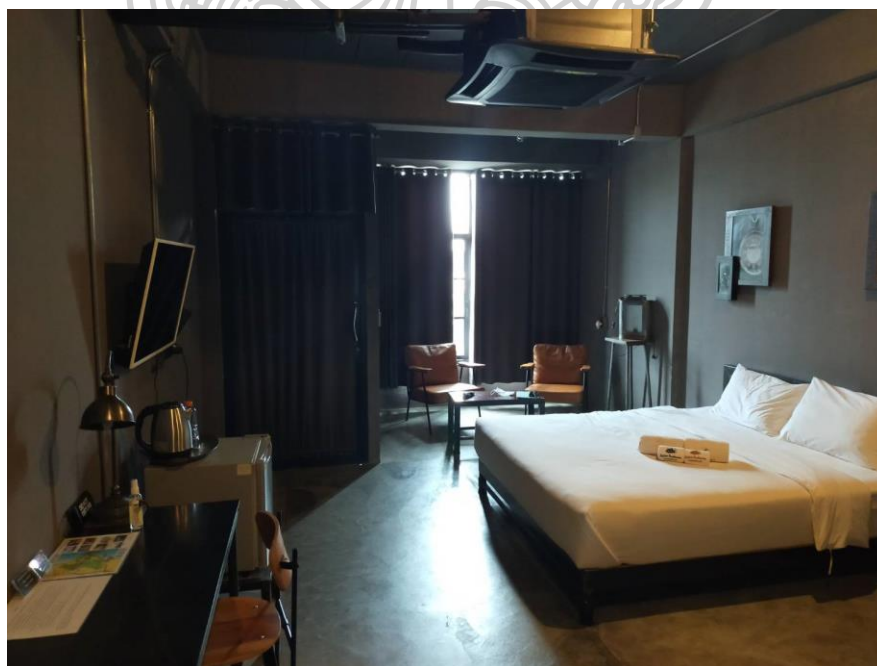
ภาพที่ 6 เดอะมูน โฮสเทล หัวหิน (The Moon Hostel Huahin)



ภาพที่ 7 คอสตารเบดหัวหิน (Costa Bed Hua Hin)



ภาพที่ 8 ไรเดอร์ ห้องนอน โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (Rider bedroom hostel & cafe)



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศรายุทธ มณีรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	19 มกราคม 2537
สถานที่เกิด	ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
ที่อยู่ปัจจุบัน	142/2 หมู่ 5 ตำบลโพรงมะเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

